



**Margarida Rosa
Ferreira da Rocha**

O mercado da indústria de cruzeiros:

O caso do Porto de Leixões



**Margarida Rosa
Ferreira da Rocha**

O mercado da indústria de cruzeiros:

O caso do Porto de Leixões

Projecto apresentado à Universidade de Aveiro para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Gestão e Planeamento em Turismo, realizado sob a orientação científica da Prof. Doutora Maria Celeste de Aguiar Eusébio, Professora Auxiliar do Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial da Universidade de Aveiro

Dedico este trabalho à minha família, ao Miguel e a Cândida Blanco

o júri

presidente

Prof. Doutora Maria João Aibéo Carneiro
Professora Auxiliar da Universidade de Aveiro

Prof. Doutora Cláudia Patrícia de Almeida Seabra Moreira
Professora Adjunta do Instituto Politécnico de Viseu

Prof. Doutora Maria Celeste de Aguiar Eusébio
Professora Auxiliar da Universidade de Aveiro (Orientadora)

agradecimentos

Este trabalho é muito mais que um esforço individual. Resulta de um conjunto vasto de contributos de muitas pessoas e instituições. Agradeço sinceramente:

À minha orientadora, Prof.^a Doutora Maria Celeste de Aguiar Eusébio, pela sua paciência, generosidade, exigência, capacidade de motivação, disponibilidade permanente e aconselhamento científico, sem os quais este trabalho não teria sido possível;

À APDL, pela colaboração prestada e pelas facilidades concedidas. Agradeço em particular o apoio, incentivo e disponibilidade do Presidente do Conselho de Administração, Eng.^o José Pedro Matos Fernandes, da Dr.^a Helena Fernandes e da Dr.^a Marta Sá Lemos, do Departamento de Marketing e Relações Públicas da APDL;

À Universidade de Aveiro, pelo notável ambiente académico que encontrei e pelo acesso aos diversos recursos que possibilitaram a conclusão deste projecto, em especial à excelente Biblioteca da Universidade;

À Prof. Doutora Elisabeth Kastenholtz e à Prof. Doutora Maria João Carneiro, por toda a colaboração e ajudas prestadas;

À Prof. Doutora Cristina Barbot, pelo acompanhamento e interesse revelado pelo tema desta investigação;

Ao Prof. Doutor Eduardo Vítor Rodrigues, ao Dr. João Paulo Correia e ao Dr. António Fernando Moreira, por terem acreditado no tema deste estudo e me terem incentivado sempre;

Ao Dr. José Monteiro e ao Dr. Patrício Costa, pelos ensinamentos transmitidos e pela colaboração neste estudo;

À Direcção da Associação Sorooptimist Internacional Clube do Porto-Invícta, pela compreensão das minhas necessidades enquanto trabalhadora-estudante, nas pessoas da Dra. Teresa Rosmaninho, D. Maria do Céu Stüve e Dra. Cristina Freitas;

Ao Dr. Mário Ferreira, pelo tempo disponibilizado e pelos preciosos contributos;

Ao Dr. Fernando Santos, pela motivação e incentivo;

À minha família e amigos, nos quais encontrei a força e apoio necessários para continuar;

A todos aqueles que de uma forma ou outra colaboraram e acreditaram na realização deste trabalho.

palavras-chave

Indústria de cruzeiros, turistas de cruzeiros, perfil do turista de cruzeiros, comportamento de viagem, Porto de Leixões.

resumo

Este trabalho tem por objectivo apresentar as principais características do mercado da indústria de cruzeiros marítimos, analisando em particular o caso do Porto de Leixões. Para a concretização deste objectivo, numa primeira fase foram sistematizados alguns dos estudos que caracterizam a evolução da oferta e da procura da indústria de cruzeiros, assim como o perfil, motivações e o comportamento em viagem e nos portos de escala dos turistas de cruzeiros. Analisa-se a evolução da indústria de cruzeiros, considerando o grande momento de viragem que foi o ano de 1958, o último ano em que mais passageiros atravessaram o Atlântico Norte por navio do que por avião (Ward, 2010). Estuda-se o desenvolvimento da indústria de cruzeiros, os principais mercados emissores e a evolução do conceito de cruzeiro e da oferta e serviços prestados a bordo. Considera-se a indústria de cruzeiros na Europa, nas duas áreas tradicionais para a realização de cruzeiros marítimos (o Mediterrâneo e o Norte da Europa, em especial a Região do Báltico) e na emergente região Atlântica da Europa, até há pouco encarada apenas como um ponto de ligação entre o Mediterrâneo e o Norte da Europa (Wild, 2011). Considera-se o impacto que esta alteração nos itinerários europeus dos cruzeiros poderá ter nos Portos Portugueses que, já em 2010, registaram a passagem de mais de 1 milhão de turistas de cruzeiros (APL, 2011). Foca-se esta análise no caso do Porto de Leixões, tendo em conta a construção do Novo Terminal de Cruzeiros deste porto. Realizou-se um estudo de mercado junto dos passageiros que fizeram escala no Porto de Leixões em Agosto de 2010, com o objectivo de caracterizar o turista de cruzeiros neste porto. A recolha de dados primários junto destes turistas de cruzeiros foi realizada através de um inquérito por questionário, aplicado a 173 turistas na estação de passageiros do Porto de Leixões. Com base nos resultados obtidos podemos concluir que a idade média de um turista de cruzeiros que efectue escala no Porto de Leixões é de 61,31 anos, na sua maioria casado (70,93%), com frequência de ensino superior (73,41%), tendo a maioria (57,14%) origem no Reino Unido. As principais motivações para realizar o cruzeiro são conhecer outras culturas e estar num ambiente diferente. Dos inquiridos 83,9% já haviam realizado pelo menos um cruzeiro anteriormente, e 81,4% encontrava-se a visitar o Porto pela primeira vez. Dos inquiridos 64% optou por realizar uma excursão no destino Porto/Norte de Portugal. O principal ponto positivo da visita foi a simpatia das pessoas, tendo-se verificado que quanto maior o tempo de escala maior o grau de satisfação com o destino Porto/Norte de Portugal. Cada turista gastou em média 56,03€ durante a sua escala.

keywords

Cruise industry, cruise tourists, profile of cruise tourists, travel behaviour, Port of Leixões.

abstract

This paper aims to present the main characteristics of the cruise industry market, focusing in particular on the case of the Port of Leixões. To achieve this goal, initially we analyzed some studies that characterize the evolution of supply and demand of the cruise market, as well as the profile, motivations and behavior in travel and in ports of call of cruise tourists. We analyze the evolution of the cruise industry, considering the great turning point that was the year 1958, the last year that more passengers crossed the North Atlantic by ship than by plane (Ward, 2010). We study the development of the cruise industry, the main markets and the evolution of the concept of cruising, the supply and the services provided aboard. We consider the cruise industry in Europe, in the two traditional areas to have a cruise (the Mediterranean and Northern Europe, particularly the Baltic Sea Region) and in the emerging Atlantic region of Europe, until recently seen only as a connection point between the Mediterranean and Northern Europe (Wild, 2011). We consider the impact that this change in the European cruise itineraries may have to Portuguese Ports where, in 2010, more than 1 million cruise tourists passed by (APL, 2011). This analysis focuses on the case of the Port of Leixões, considering the construction of the new cruise terminal in this port. We conducted an empirical study with passengers whose cruise ship stopped in Port of Leixões in August in 2010, with the objective of characterizing the cruise tourists in this port. The primary data from these cruise tourists was collected through a questionnaire applied to 173 tourists, and was conducted in the passenger station of the Port of Leixões. Based on the results we could conclude that the average age of a cruise tourist that visit Porto is 61,31 years, most of them married (70,93%), with an high degree of education (73,41 %), being the most of them (57,14%) from the United Kingdom. The main motivations to make the cruise were experiencing other cultures and being in a different environment. 83,9% of respondents had attended at least one cruise before, and 81,4% were visiting Porto for the first time. 64% of respondents choose a tour on the destination Porto/Northern Portugal. The most positive factor of the visit was the friendliness of the people. We have found that the longer the duration of the visit, the bigger the degree of satisfaction with destination Porto/Northern Portugal. Each visitor spent on average 56,03€ during the visit.

ÍNDICE

I – INTRODUÇÃO

Capítulo 1 – Introdução

1.1. Objectivos e apresentação do tema de investigação	1
1.2. Organização	2

II – ENQUADRAMENTO TEÓRICO

Capítulo 2 – A indústria dos cruzeiros marítimos

2.1. Introdução	4
2.2. A indústria dos cruzeiros marítimos: do transporte de passageiros ao cruzeiro como férias	5
2.3. Caracterização da indústria dos cruzeiros marítimos: as décadas mais recentes	11
2.3.1. A nível mundial	11
2.3.2. A nível Europeu	14
2.3.3. A nível Português	17
2.4. Caracterização da oferta	22
2.4.1. Companhias de cruzeiros	22
2.4.2. Navios: de “Resort flutuante” a “Destino turístico”	24
2.4.3. Portos (escala e <i>turnaround</i>)	32
2.5. Conclusão	34

Capítulo 3 – O mercado da indústria dos cruzeiros

3.1. Introdução	36
3.2. Evolução da procura	36
3.3. Perfil sócio-demográfico e cultural dos participantes em cruzeiros	42
3.4. Motivações	45
3.5. Comportamento em viagem e nos destinos	47
3.5.1. Comportamento no navio	47

3.5.2. Comportamento nos portos	48
3.6. Avaliação da satisfação	49
3.6.1. Cruzeiro	49
3.6.2. Destino	50
3.7. Avaliação da fidelização	51
3.7.1. Cruzeiro	51
3.7.2. Destino	51
3.8. Conclusão	53

III – INVESTIGAÇÃO EMPÍRICA

Capítulo 4 – O Porto de Leixões

4.1. Introdução	55
4.2. O Porto de Leixões	56
4.3. O turismo de cruzeiros no Porto de Leixões	61
4.3.1. A actual estação de passageiros	61
4.3.2. O novo terminal de cruzeiros do Porto de Leixões	69
4.4. Articulação do Porto de Leixões com o sector Turístico do Noroeste-Peninsular	74
4.4.1. O sector turístico no destino Porto/Norte de Portugal	74
4.4.2. Articulação e promoção	76
4.5. Conclusão	77

Capítulo 5 – Metodologia

5.1. Introdução	78
5.2. Questões de investigação	78
5.3. Métodos de recolha de dados	78
5.3.1. Definição e caracterização da população em estudo	79
5.3.2. Definição da técnica da amostragem	82
5.3.3. Construção do instrumento de pesquisa	84
5.4. Método de aplicação do questionário	92
5.5. Métodos de análises de dados	97

5.6. Conclusão	99
----------------	----

Capítulo 6 – Análise de Resultados

6.1. Introdução	100
6.2. Perfil sócio-demográfico dos turistas de cruzeiros inquiridos	100
6.3. Motivações	106
6.4. Comportamento em viagem	108
6.5. Comportamento no destino Porto/Norte de Portugal	110
6.6. Avaliação do cruzeiro e fidelização	115
6.7. Importância dos atributos dos terminais de passageiros	116
6.8. Caracterização do comportamento de viagem no destino Porto e avaliação do destino	119
6.9. Fidelização ao destino Porto/Norte de Portugal	126
6.10. Conclusão	128

IV – CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

Capítulo 7 – Conclusões e recomendações

7.1. Conclusões	130
7.2. Contribuições	132
7.3. Principais dificuldades e limitações	133
7.4. Propostas de investigação	134

Referências bibliográficas	135
-----------------------------------	------------

Anexos

Anexo 2.1 – Exemplo de diário de bordo
Anexo 5.1 – Exemplo cartão de identificação a bordo
Anexo 5.2 – Questionário em Português
Anexo 5.3 – Questionário em Inglês

ÍNDICE DE FIGURAS

Capítulo 2

Figura 2.1 – Exemplo de diário de bordo fornecido aos passageiros diariamente nas suas cabines (navio <i>Grand Voyager</i> da <i>IberoCruceiros</i>)	25
Figura 2.2 – Momento de encontro dos navios “ <i>Oasis of the Seas</i> ” e “ <i>Allure of the Seas</i> ”, da <i>Royal Caribbean International</i>	30

Capítulo 4

Figura 4.1 – Localização geográfica do Porto de Leixões	56
Figura 4.2 – Vista aérea do Porto de Leixões (anterior à construção do novo cais de cruzeiros)	57
Figura 4.3 – Cais de movimentação de granéis líquidos do Porto de Leixões	59
Figura 4.4 – Terminal de contentores do Porto de Leixões	59
Figura 4.5 – Terminal Multiusos do Porto de Leixões	60
Figura 4.6 – Interior da estação de passageiros do Porto de Leixões	62
Figura 4.7 – Estação de passageiros do Porto de Leixões	62
Figura 4.8 – Localização da estação de passageiros do Porto de Leixões	63
Figura 4.9 – Estacionamento situado junto à estação de passageiros do Porto de Leixões utilizado pelos autocarros turísticos	64
Figura 4.10 – Portão de acesso a Leça da Palmeira	65
Figura 4.11 – Praça de táxis	65
Figura 4.12 – Paragens de autocarros situadas junto à estação de passageiros do Porto de Leixões	65
Figura 4.13 – Imagens do primeiro <i>turnaround</i> no Porto de Leixões, em 2009	66
Figura 4.14 – Projecto do novo terminal de cruzeiros do Porto de Leixões	69
Figura 4.15 – Projecto do novo terminal de cruzeiros do Porto de Leixões	70
Figura 4.16 – Molhe Sul do Porto de Leixões em Março de 2010	70
Figura 4.17 – Molhe Sul do Porto de Leixões em Março de 2011	71
Figura 4.18 – Navio “ <i>Boudicca</i> ” na primeira escala no novo cais de cruzeiros de Leixões	71

Figura 4.19 – Estação temporária para recepção dos turistas cujos navios de cruzeiros efectuem escala no novo cais de cruzeiros do Porto de Leixões	72
Figura 4.20 – Projecto do novo terminal de passageiros do novo terminal de cruzeiros do Porto de Leixões	73
Figura 4.21 – Porto de recreio do novo terminal de cruzeiros do Porto de Leixões	73
Figura 4.22 – Portos que integram a <i>Cruise Atlantic Europe</i>	76

Capítulo 5

Figura 5.1 – Navio <i>Braemar</i> da <i>Fred Olsen Cruise Lines</i>	81
Figura 5.2 – Navio <i>Insignia</i> da <i>Oceania Cruises</i>	81
Figura 5.3 – Navio <i>Spirit of Adventure</i> da <i>Saga Shipping</i>	81
Figura 5.4 – Navio <i>Minerva</i> da <i>Swan Hellenic</i>	82
Figura 5.5 – Conteúdo do <i>roll-up</i> utilizado na estação de passageiros de Leixões	93
Figura 5.6 – Local reservado ao preenchimento do questionário	95
Figura 5.7 – Perspectiva geral da zona de aplicação do questionário	95
Figura 5.8 – “ <i>Yellow Bus</i> ” à partida da estação de passageiros de Leixões	97

Capítulo 6

Figura 6.1 – Estado civil dos turistas inquiridos	102
Figura 6.2 – Habilitações literárias dos turistas inquiridos	104
Figura 6.3 – Forma de ocupação do tempo de escala	111

ÍNDICE DE TABELAS

Capítulo 2

Tabela 2.1 – Alguns indicadores sobre a relevância económica da indústria dos cruzeiros na Europa, por país em 2009	17
Tabela 2.2 – <i>Ranking</i> dos portos Nacionais com base no número de escalas de navios de cruzeiro em 2010	18
Tabela 2.3 – <i>Ranking</i> dos portos Nacionais relativamente ao número de passageiros de navios de cruzeiros em 2009	20
Tabela 2.4 – <i>Ranking</i> dos portos Nacionais no que respeita o número de passageiros de navios de cruzeiros em 2010	21
Tabela 2.5 – <i>Ranking</i> dos portos Nacionais no que se refere o número de passageiros de navios de cruzeiro, em trânsito, em 2010	22
Tabela 2.6 – <i>Ranking</i> dos portos Nacionais no que se refere o número de passageiros de navios de cruzeiro, em <i>turnaround</i> , em 2010	22
Tabela 2.7 – Exemplo de itinerário de cruzeiro	26
Tabela 2.8 – <i>Top</i> 10 dos maiores navios de cruzeiro do mundo, acima de 100.00 toneladas	30

Capítulo 3

Tabela 3.1 – Evolução da procura por cruzeiros a nível Mundial, entre 1999 e 2009	39
Tabela 3.2 – Passageiros de cruzeiros Europeus, por país de origem, 2009	40
Tabela 3.3 – Número de passageiros por país de embarque na Europa, 2009	41
Tabela 3.4 – Número de passageiros em escala nos portos Europeus, 2009	42

Capítulo 4

Tabela 4.1 – Estatísticas de navios de cruzeiros e passageiros no Porto de Leixões (1992/2010)	67
--	----

Tabela 4.2 – Companhias de cruzeiro dos navios que passaram pelo Porto de Leixões em 2010	68
---	----

Capítulo 5

Tabela 5.1 – Informações sobre os cruzeiros que integram este estudo	80
Tabela 5.2 – Vantagens e desvantagens das perguntas abertas e fechadas	85
Tabela 5.3 – Questões seleccionadas para integrar o questionário aplicado aos turistas de cruzeiros cujo navio efectuou escala no Porto de Leixões	89
Tabela 5.4 – Informação sobre as escalas dos navios que integram este estudo	94

Capítulo 6

Tabela 6.1 – Avaliação da associação existente entre o género e o país de origem dos inquiridos (Teste do <i>Qui-Quadrado</i>)	101
Tabela 6.2 – Diferenças estatisticamente significativas em termos de idade entre os inquiridos de acordo com o país de origem (ANOVA)	102
Tabela 6.3 – Avaliação da associação existente entre o estado civil e o país de origem dos inquiridos (Teste do <i>Qui-Quadrado</i>)	103
Tabela 6.4 – Avaliação da associação existente entre a situação perante o emprego e o país de origem dos inquiridos (Teste do <i>Qui-Quadrado</i>)	103
Tabela 6.5 – Avaliação da associação existente entre as habilitações literárias e o país de origem dos inquiridos (Teste do <i>Qui-Quadrado</i>)	104
Tabela 6.6 – Valor médio do rendimento mensal líquido do agregado familiar	106
Tabela 6.7 – Motivações dos turistas inquiridos para realizarem um cruzeiro	107
Tabela 6.8 – Diferenças estatisticamente significativas em termos de motivações da viagem entre os inquiridos de acordo com o país de origem (ANOVA e teste do <i>KrusKall-Wallis</i>)	108
Tabela 6.9 – Avaliação da associação existente entre a experiência na realização de cruzeiros e o país de origem dos inquiridos (Teste do <i>Qui-Quadrado</i>)	109
Tabela 6.10 – Diferenças estatisticamente significativas entre o conhecimento prévio da cidade do Porto e o país de origem (Teste do <i>Qui-Quadrado</i>)	111
Tabela 6.11 – Excursões realizadas no destino Porto/Norte de Portugal	112

Tabela 6.12 – Motivos dos turistas inquiridos para não realizarem uma excursão	113
Tabela 6.13 – Diferenças estatisticamente significativas em termos de motivos para não ter realizado uma excursão de acordo com o país de origem (ANOVA e teste do <i>KrusKall-Wallis</i>)	114
Tabela 6.14 – Excursões realizadas no destino Porto/Norte de Portugal	115
Tabela 6.15 – Diferenças estatisticamente significativas em termos de grau de satisfação com o cruzeiro de acordo com o país de origem (Teste do <i>KrusKall-Wallis</i>)	116
Tabela 6.16 – Diferenças estatisticamente significativas em termos de grau de fidelização com o cruzeiro de acordo com o país de origem (Teste do <i>KrusKall-Wallis</i>)	116
Tabela 6.17 – Avaliação dos atributos dos portos de passageiros	117
Tabela 6.18 – Diferenças estatisticamente significativas em termos de avaliação dos atributos de Portos de passageiros de acordo com o país de origem (ANOVA e teste do <i>KrusKall-Wallis</i>)	118
Tabela 6.19 – Diferenças estatisticamente significativas em termos de valor gasto em média por pessoa durante a escala de acordo com o país de origem (ANOVA)	120
Tabela 6.20 – Despesas efectuadas no destino Porto/Norte de Portugal	120
Tabela 6.21 – Diferenças estatisticamente significativas em termos de tipo de despesas efectuadas durante a escala de acordo com o país de origem (ANOVA e teste do <i>KrusKall-Wallis</i>)	121
Tabela 6.22 – Diferenças estatisticamente significativas em termos de importância da escala no Porto de acordo com o país de origem (Teste do <i>KrusKall-Wallis</i>)	122
Tabela 6.23 – Diferenças estatisticamente significativas em termos de avaliação da informação fornecida a bordo sobre o destino e o país de origem (ANOVA)	123
Tabela 6.24 – Diferenças estatisticamente significativas na avaliação da duração da escala de acordo com o país de origem (Teste do <i>KrusKall-Wallis</i>)	123
Tabela 6.25 – Correlação entre a duração da escala e a avaliação da duração da mesma	124

Tabela 6.26 – Diferenças estatisticamente significativas no grau de satisfação com o destino e a excursão de acordo com o país de origem (Teste do <i>KrusKall-Wallis</i>)	124
Tabela 6.27 – Correlação entre a duração da escala e o grau de satisfação com o destino	125
Tabela 6.28 – Diferenças estatisticamente significativas na avaliação das instalações do terminal do Porto de Leixões de acordo com o país de origem (ANOVA)	125
Tabela 6.29 – Diferenças estatisticamente significativas em termos de probabilidade de iniciar e/ou terminar um cruzeiro no Porto de acordo com o país de origem (ANOVA)	126
Tabela 6.30 – Diferenças estatisticamente significativas em termos de grau de fidelização com o destino de acordo com o país de origem (ANOVA e teste do <i>KrusKall-Wallis</i>)	127
Tabela 6.31 – Correlação entre a duração da escala e a fidelização	127

GLOSSÁRIO

APDL – Administração dos Portos do Douro e Leixões

APL – Administração do Porto de Lisboa, SA

CAE – *Cruise Atlantic Europe*

CCDRN – Comissão de Coordenação e de Desenvolvimento Regional do Norte

CLIA – *Cruise Lines International Association*

CTUR – *Cruise Traffic on Urban Regeneration of city port heritage*

ECC – *European Cruise Council*

FEDER – Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional

NCL – *Norwegian Cruise Line*

ON 2 – O Novo Norte – Programa Operacional Regional do Norte/Quadro de Referência Estratégico Nacional

P&O – *Peninsula and Oriental Steam Navigation Company*

SECIL – Companhia Geral de Cal e Cimento, SA

TCGL – Terminal de Carga Geral e Granéis de Leixões, SA

TCL – Terminal de Contentores de Leixões, SA

Capítulo I – Introdução

1.1. Objectivos e apresentação do tema de investigação

O presente projecto tem como tema de investigação central a indústria dos cruzeiros marítimos, o seu mercado e em especial o estudo e caracterização do fluxo de turistas de cruzeiros que fazem escala no Porto de Leixões.

Segundo Ward (2010), um cruzeiro é um tipo de férias que possibilita aos seus passageiros fugir do stress e das pressões da vida quotidiana.

Em 1970 cerca de 500.000 turistas realizaram um cruzeiro, enquanto em 2006 este número ultrapassou os 10.000.000. Durante este período de tempo a indústria de cruzeiros foi uma das indústrias turísticas que mais cresceu nos Estados Unidos, tendo ultrapassado a hotelaria, a restauração, e a indústria dos parques temáticos (Dickinson e Vladimir, 2008). Os principais mercados emissores são a América do Norte e o Reino Unido.

O conceito de cruzeiro foi evoluindo com o passar das décadas, assim como a oferta e serviços prestados a bordo, sendo actualmente considerado como um verdadeiro “*resort* flutuante” ou mesmo um “destino turístico” em si mesmo. Tradicionalmente a indústria de cruzeiros encontrava na Europa duas áreas principais para a realização de cruzeiros marítimos, designadamente: o Mediterrâneo e o Norte da Europa (em especial a Região do Báltico). Contudo, actualmente, muita da atenção desta indústria está centrada na região Atlântica da Europa, que até há pouco era apenas encarada como um ponto de ligação entre o Mediterrâneo e o Norte da Europa (Wild, 2011). Esta alteração nos itinerários dos cruzeiros poderá beneficiar os portos Nacionais. De referir que em 2010 pelos portos Portugueses passaram mais de 1 milhão de turistas de cruzeiros (APL, 2011).

No Norte de Portugal o principal ponto de paragem de cruzeiros é o Porto de Leixões, que em 2010 recebeu 49 navios de cruzeiros e os seus 27.494 passageiros.

Para além da relevância do tema em apreço uma outra forte motivação esteve na base da realização deste projecto: a construção do novo terminal de cruzeiros do Porto de Leixões.

Como forma de caracterizar o turista de cruzeiro que faz escala no Porto de Leixões este estudo integra um trabalho empírico realizado junto dos passageiros de quatro navios de cruzeiro que fizeram escala no Porto de Leixões em Agosto de 2010.

A recolha de dados primários junto dos turistas de cruzeiros foi realizada através de um inquérito por questionário, aplicado a 173 turistas na estação de passageiros do Porto de Leixões. De forma a poder recolher informações sobre o comportamento no destino, e os graus de satisfação e de fidelização dos turistas com o destino Porto/Norte de Portugal o questionário foi aplicado depois da visita à Região.

Assim, pretende-se com este estudo empírico caracterizar o perfil, comportamento em viagem e comportamento no destino do turista e verificar se existem diferenças com base no mercado de origem.

Delimitaram-se os seguintes objectivos específicos para este projecto:

- conhecer a indústria dos cruzeiros marítimos e o seu mercado;
- conhecer o perfil, motivações e necessidades dos turistas de cruzeiros cujos navios fazem escala no Porto de Leixões;
- saber se há diferenças estatisticamente significativas entre o perfil, motivações, comportamento e níveis de satisfação e de fidelização dos turistas inquiridos, de acordo com o mercado de origem.

1.2. Organização

O projecto de investigação que se apresenta encontra-se organizado em quatro partes, cada uma das quais estruturada por capítulos.

A primeira parte deste projecto inclui, apenas, o presente capítulo onde apresentamos uma descrição do tema desta investigação, a sua relevância, os seus principais objectivos, e a sua estrutura.

A segunda parte (Parte II) engloba os capítulos referentes às reflexões teóricas consideradas pertinentes para a concretização deste projecto:

- o Capítulo 2 apresenta as reflexões teóricas relativas à indústria dos cruzeiros marítimos, partindo de uma contextualização do surgimento e evolução deste sector do turismo a nível Mundial, passando depois a uma análise desta indústria no contexto Europeu e por fim Português;

- no Capítulo 3 apresentamos uma breve evolução da procura por este tipo de produto, assim como, a caracterização do perfil sócio-demográfico e cultural dos turistas de cruzeiros, as suas motivações, comportamento em viagem e no destino, o seu grau de satisfação e de fidelização com o cruzeiro e com o destino.

A terceira parte (Parte III) deste projecto refere-se mais concretamente à investigação empírica e engloba três capítulos:

- o Porto de Leixões, a sua estação de passageiros e o novo terminal de cruzeiros são descritos no Capítulo 4. Ainda neste capítulo é realizada uma caracterização da evolução do turismo de cruzeiros neste porto;

- no Capítulo 5 encontra-se as referências à metodologia utilizada para a concretização deste projecto;

- o Capítulo 6 é dedicado à apresentação dos resultados obtidos com a aplicação do questionário, recorrendo a utilização de análises univariadas e bivariadas.

A quarta e última parte (Parte IV) deste projecto contém, apenas, o Capítulo 7, onde apresentamos as principais conclusões e recomendações resultantes deste trabalho de investigação.

Capítulo 2 – A indústria dos cruzeiros marítimos

2.1. Introdução

Ward (2010) define um cruzeiro como um tipo de férias que permite aos seus passageiros fugir do stress e das pressões da vida quotidiana. Segundo Dickinson e Vladimir (2008), a ideia de deixar para trás a rotina do dia-a-dia com a realização de um cruzeiro é uma fantasia partilhada por muitos. Por sua vez para Edmunds e Lomine (2007), a indústria de cruzeiros é uma das actividades que tem registado maior crescimento na área do turismo.

Para Cunha (2007:356) “A procura dos cruzeiros constitui um dos segmentos com maior crescimento não na perspectiva do transporte, isto é, do meio de deslocação para um destino turístico, mas antes na perspectiva de um “produto turístico” ”.

Dada a temática do presente projecto de investigação considerou-se relevante apresentar neste capítulo algumas reflexões teóricas sobre a indústria dos cruzeiros, desde a sua origem até à actualidade. Num primeiro ponto apresenta-se uma breve descrição da origem e evolução da indústria dos cruzeiros, desde o seu surgimento no século XIX até à década de 1980. De seguida caracteriza-se a evolução da indústria dos cruzeiros nas últimas décadas, fazendo uma análise da evolução a nível mundial e dada a localização do Porto de Leixões e o mercado em que este se insere, uma breve análise do contexto Europeu e Português. Na última parte deste capítulo apresenta-se uma descrição da oferta, fazendo referência, por exemplo, às principais companhias de cruzeiros, às características dos navios de cruzeiros, dos portos de escala e de *turnaround* e excursões.

A metodologia utilizada para a concretização do presente capítulo centrou-se na revisão bibliográfica de livros e artigos científicos sobre a indústria dos cruzeiros marítimos.

2.2. A indústria dos cruzeiros marítimos: do transporte de passageiros ao cruzeiro como férias

Segundo Cunha (2007), o barco foi durante muito tempo o meio privilegiado, e quase exclusivo, no que concerne ao transporte intercontinental. No entanto, nos últimos tempos, o paradigma de utilização deste meio de transporte tem vindo a alterar-se, sendo hoje em dia utilizado praticamente apenas como produto turístico e não como meio de transporte.

Segundo Edmunds e Lomine (2007), conceptualmente um cruzeiro incorpora três elementos do turismo: acomodação, transporte e entretenimento, tudo combinado num navio.

Dickinson e Vladimir (2008) salientam que o navio já foi utilizado unicamente como meio de transporte, sendo o melhor e muitas vezes o único disponível. Estes autores apresentam uma evolução do navio a vapor enquanto transporte até ao cruzeiro como forma de fazer férias, referindo um momento crucial no que se relaciona com a travessia de passageiros a nível transatlântico, lembrando Samuel Cunard que em 1840 inaugurou uma linha regular de transporte de correio e passageiros entre a Inglaterra e a América do Norte. Com a criação desta linha regular deu-se a formação da “*British and North American Royal Mail Steam Packet Company*”, que mais tarde adquiriu o nome do seu fundador “*Cunard Line*”.

Segundo Dickinson e Vladimir (2008), o primeiro cruzeiro terá ocorrido em meados do século XIX, quando viajar para destinos mais longínquos começou a ser considerado mais seguro e passou a estar mais “na moda”. Estes autores corroboram com a companhia “*Península and Oriental Steam Navigation Company*” (P&O) que considera ser a responsável pela criação dos cruzeiros. A companhia operava, no início do século XIX, navios desde a Inglaterra até Espanha e Portugal ou para a Malásia e a China.

A P&O interrompeu os seus cruzeiros durante a Guerra da Crimeia, contudo por volta de 1880, depois do Jornal “*British Medical*” ter afirmado que as viagens no mar tinham poderes curativos para a saúde, os navios da P&O voltaram a navegar, tendo um dos navios desta companhia, o *SS Ceylon*, sido

convertido num late de cruzeiro que navegou à volta do mundo (Dickinson e Vladimir, 2008).

Para Dickinson e Vladimir (2008), o primeiro cruzeiro com origem na América terá decorrido em 1867, com a viagem do *Quaker City*, com partida de Nova York. O organizador deste cruzeiro, que foi promovido como uma “excursão à Terra Santa, Egipto, Crimeia, Grécia e outros pontos de interesse”, foi Charles C. Duncan. Um dos passageiros deste cruzeiro foi Mark Twain que relatou a sua viagem de seis meses na obra *Innocents Abroad*. Twain afirmou na sua obra que “Se o *Quaker City* fosse partir novamente com o mesmo itinerário, nada seria mais gratificante para mim do que ser seu passageiro” (Dickinson e Vladimir, 2008:5). Twain apreciou bastante o facto de não ter de fazer e desfazer as malas sempre que chegava a uma nova cidade, assim como, poder escolher participar nas excursões com os amigos que entretanto tinha feito a bordo, não dependendo de estranhos para lhe fazer companhia.

Segundo Dickinson e Vladimir (2008), os cruzeiros evoluíram em áreas como o conforto oferecido aos seus passageiros e no que se refere às actividades de entretenimento disponibilizadas a bordo.

Dickinson e Vladimir (2008) mencionam que no ano de 1897 a Alemanha lançou uma frota de navios com o intuito destes competirem com os navios Ingleses. Desta forma, em 1903, a Alemanha possuía os quatro navios mais rápidos a navegar no Atlântico. Tipicamente os navios Alemães transportavam 2000 passageiros dos quais apenas 700 viajavam em primeira classe. Os mesmos autores referem que estes navios não eram muito confortáveis, mas ainda assim, o navio *Deutschland* ganhou em 1900 o *Blue Ribband*, um prémio de prestígio pelo facto de ser o navio mais rápido na travessia do Atlântico.

Para Amaral (2006), as companhias da época tinham como um dos grandes objectivos ganhar a *Blue Ribband*, procurando ter navios mais velozes, em vez de apostarem na satisfação dos seus passageiros. Esta situação é contraditória à actual conjuntura onde o título do “maior navio do mundo” é sinónimo de conforto e de mais-valias disponíveis a bordo.

Algumas companhias resolveram, no final do século XIX, transformar os seus navios mais antigos, reformando-os e colocando-os a operar no sector de

“excursões únicas”. Para Dickinson e Vladimir (2008), estas excursões foram as precursoras da indústria dos cruzeiros como actualmente é conhecida, permitindo aos passageiros viver uma experiência turística para além do transporte.

Segundo Amaral (2006), um dos momentos marcantes no fluxo de passageiros que atravessavam o Atlântico foi o transporte de imigrantes vindos da Europa e com destino à América do Norte, o que impulsionou, até 1921, os navios que faziam a ligação entre Inglaterra (Southampton) e Nova York. Em 1921 o “*Immigration Act*” limitou o número de entradas de imigrantes nos Estados Unidos da América, pretendendo assim controlar o fluxo migratório.

No final do século XIX e nos inícios do século XX o tráfego marítimo de passageiros era dominado pelo transporte de imigrantes entre a Europa, América, Grã-Bretanha, Austrália e Nova Zelândia. Para Dickinson e Vladimir (2008), este período não contribuiu muito para romantizar as viagens marítimas, pois os imigrantes não eram turistas, as acomodações a bordo não eram confortáveis e não se realizavam normalmente escalas. Segundo estes autores, os factores referidos contribuíam para que a viagem em si não fosse apreciada mas sim suportada.

Quando as relações comerciais entre a Europa e a América do Norte se desenvolveram no século XX, um número cada vez maior de pessoas realizava a travessia do Atlântico. Dickinson e Vladimir (2008) referem que as elites viajavam em acomodações de alto nível, em companhias luxuosas, enquanto os restantes passageiros viajavam em segunda ou terceira classe em condições bem diferentes das oferecidas em primeira classe.

A construção dos navios *Olympic*, *Titanic* e *Britannic*, da Companhia *White Stars Line*, no início do século XX, fez, segundo Amaral (2006), com que a competição que se vivia no Atlântico passasse a ser menos significativa. Dickinson e Vladimir (2008) consideram estes navios “palácios flutuantes”, e que a estratégia da companhia foi a de construir navios maiores e mais seguros que oferecessem aos seus passageiros uma viagem mais estável.

Em 1911 a primeira viagem do *Olympic* foi, segundo Dickinson e Vladimir (2008), um sucesso. A 1912 deu-se a viagem inaugural do *Titanic* que partiu de Southampton, a 10 de Abril, com 2228 pessoas a bordo, entre passageiros e

tripulação. No entanto, apenas 705 pessoas sobreviveram ao trágico acidente deste navio que a 15 de Abril se afundou no Oceano Atlântico.

Segundo Dickinson e Vladimir (2008), após o acidente do *Titanic* algumas regras de segurança foram alteradas, incluindo a alteração dos circuitos de navegação para áreas mais a Sul, e a colocação de mais botes salva-vidas nos navios.

Como Amaral (2006) refere um factor que já demonstrava a preocupação com o bem-estar dos passageiros, designadamente o facto dos navios que atravessavam o Atlântico Norte, e numa época de poucos recursos tecnológicos, serem de cor escura, ao contrário dos que cruzavam a região do Atlântico Sul, os quais possuíam um casco pintado de branco. Este método tinha como objectivo melhorar a temperatura interna dos navios. Adicionalmente, uma outra medida que procurava melhorar o conforto dos passageiros a bordo foi a instalação, a partir de 1959, de ar-condicionado. Dickinson e Vladimir (2008) referem igualmente que ao pintar o exterior dos navios com a cor branca o calor era reflectido fazendo o interior do navio mais fresco, para além de considerarem atractiva a imagem de um navio branco a navegar.

Segundo Dickinson e Vladimir (2008), em 1934 a *Cunard* lançou o navio *Queen Mary*, expoente do luxo, ostentando o *glamour* de um hotel Londrino. Hoje em dia este navio encontra-se atracado na praia de *Long Beach*, na Califórnia, e pode ser visitado por turistas. Já em 1940 a *Cunard* apresentou o navio *Queen Elizabeth*, que na época da sua construção era o maior navio de cruzeiros existente.

Na década de 1950, decorreu uma importante mudança no conceito de divisão de classes. A companhia *Holland America* disponibilizou navios com classe única, o que se revelou bastante importante na melhoria do conforto dos passageiros.

Ward (2010) refere que o primeiro avião comercial a jacto atravessou o Atlântico, em Junho de 1958, alterando a economia das viagens transatlânticas. Este autor salienta que esse ano foi precisamente o último em que mais pessoas atravessaram o Atlântico-Norte em navio do que por avião. Devido ao impacte do desenvolvimento do transporte aéreo na indústria dos cruzeiros observou-se, a

partir desta data, uma diminuição significativa do número de passageiros na travessia do Atlântico-Norte por mar.

Até meados da década de 60, era mais barato atravessar o Atlântico de navio do que de avião, mas com o surgimento do avião comercial a jacto isso mudou rapidamente, especialmente com a introdução do “*Boeing 747*” no início dos anos 70 (Ward, 2010).

Segundo Dickinson e Vladimir (2008), apesar de alguns navios terem sido construídos com o objectivo de realizarem viagens transatlânticas, a grande maioria dos novos navios fora já concessionada com a perspectiva de operarem no sector dos cruzeiros. Após o declínio do número de passageiros nas viagens transatlânticas na década de 1960, a oferta de cruzeiros foi-se alterando progressivamente.

Segundo Ward (2010), em 1962, mais de um milhão de pessoas atravessaram o Atlântico Norte em navio, tendo, em 1970, esse número diminuído para 250 mil. Em consequência desta diminuição na procura, muitos navios foram vendidos por um montante inferior ao seu valor real e muitas empresas acabaram por encerrar.

As empresas que sobreviveram a esta crise no sector alargaram o âmbito das suas viagens, integrando navegações transatlânticas com circuitos mais para Sul, para destinos mais quentes (Ward, 2010).

As Caraíbas tornaram-se apelativas, e uma nova indústria nascia com a formação de novas linhas criadas exclusivamente para cruzeiros. Em consequência destas alterações, começaram a surgir no mercado navios mais pequenos e especializados, capazes de realizarem escalas em pequenos portos das ilhas das Caraíbas. Nesta altura, não existiam voos comerciais a transportar turistas para as Caraíbas, e a oferta hoteleira nestas ilhas era ainda muito reduzida (Ward, 2010). Ward (2010) refere, também, que muitas empresas que estavam a operar no sector dos cruzeiros marítimos se instalaram na Florida.

Apesar do transporte marítimo de passageiros ter tido uma quebra em consequência do progresso do transporte aéreo comercial, o desenvolvimento da indústria dos cruzeiros esteve também associado ao crescimento do transporte aéreo comercial. De facto, Ward (2010) expõe que transportar passageiros de

avião para os portos foi o próximo passo lógico, e pouco tempo depois surgiu uma relação de trabalho entre as companhias de cruzeiros e as companhias aéreas. Desta forma, os pacotes *Air/sea* e “*sail and stay*”, cujo preço chegava a incluir o valor do Hotel, começaram a prosperar.

Amaral (2006) reforça esta ideia, afirmando que, com o objectivo de cativar novos mercados, surgiram os programas *Air/Sea*. Estes programas ofereciam benefícios na aquisição de um voo, do local de partida do cliente até ao porto de embarque no cruzeiro, sem custos adicionais, permitindo assim a realização de um cruzeiro por parte de um turista que não residisse nas proximidades do porto de embarque no cruzeiro em questão.

As companhias de cruzeiros procuravam garantir uma elevada taxa de ocupação dos seus navios, através de fortes estratégias de vendas nas regiões consideradas como potenciais fontes de novos turistas (Amaral, 2006). Com o desenvolvimento da indústria dos cruzeiros, e dada a necessidade de muitas viagens integrarem uma componente de transporte aéreo, muitas empresas que operavam no sector dos cruzeiros adquiriram aviões com o objectivo de transportar os seus clientes até aos portos de embarque.

Todos os factores mencionados contribuíram, tal como é sugerido por Ward (2010), para que tivesse ocorrido um crescimento considerável da indústria dos cruzeiros no final da década de 1970.

Amaral (2006) refere ainda que na década de 1970 surgiram companhias de cruzeiros que começam a marcar o ritmo e tendências do mercado: a *Royal Caribbean Cruise Lines* (que mais tarde recebeu o nome de *Royal Caribbean International*) e a *Carnival Cruise Lines*.

Dickinson e Vladimir (2008) mencionam que em 1977 começou a ser exibida, em todo o mundo, a série televisiva “*Love Boat*”. Os autores acreditam que este programa de televisão funcionou, junto do público, como um meio importante para a divulgação dos cruzeiros como uma forma de realizar férias românticas e relaxantes.

A década de 1980 assinalou o início da expansão das grandes companhias de cruzeiros (Amaral, 2006).

Posteriormente, o evoluir da tecnologia e os novos “*Super Liners*”, foram marcos da década de 1990, assim como, o novo Navio *Sovereign of the Seas*, da *Royal Caribbean International* (Amaral, 2006). Estes marcos tiveram um grande impacto no desenvolvimento da indústria dos cruzeiros (Amaral, 2006).

2.3. Caracterização da indústria dos cruzeiros marítimos: as décadas mais recentes

2.3.1. A nível mundial

Amaral (2006) salienta o que Levitt (1960) referiu no seu estudo “*Miopia em Marketing*” (Universidade de Harvard) quando este chama a atenção para um momento marcante na história da indústria dos transportes, em que as empresas do sector passaram de “transportadoras” a “fornecedoras de serviços turísticos”. Com efeito, as empresas começaram a concentrar-se em aspectos como a diversão e a gastronomia, etc., tendo em conta o ponto de vista dos turistas, ultrapassando a perspectiva de um viajante que procurava apenas deslocar-se de um ponto para outro.

Segundo Ward (2010), o actual conceito de cruzeiro não se alterou muito relativamente ao conceito inicial, apesar da indústria dos cruzeiros ter evoluído, expandido e incluído em pacotes de forma a facilitar o seu consumo. Segundo este autor um cruzeiro atrai actualmente passageiros de todas as idades e de todos os estatutos sócio-económicos.

Quanto à duração de um cruzeiro, são oferecidos, normalmente, itinerários com duração entre 3 e 22 dias, sendo que, esporadicamente, poderão existir itinerários de 45 ou 90 dias (Amaral, 2006). Por sua vez, Ward (2010) refere que a duração de um cruzeiro é geralmente de sete dias, podendo variar entre cruzeiros com dois dias de duração a uma viagem mais demorada à volta do mundo com a duração de 180 dias.

Novos destinos estão sempre a surgir uma vez que os responsáveis pela organização dos itinerários dos cruzeiros tentam diferenciar a oferta de forma a se destacarem da competição. Os itinerários são normalmente criados de forma a

incluïrem um grupo de destinos, inseridos dentro de uma determinada região que podem ser visitados através de um cruzeiro, normalmente entre 3 a 14 dias (*Tourism Queensland*, 2006).

Alguns itinerários apresentam para além das escalas, dias de navegação que permitem aos passageiros ter mais tempo para usufruir das várias ofertas existentes a bordo. Para Amaral (2006), os dias de navegação são os que mais beneficiam economicamente as companhias de cruzeiros, uma vez que grande parte dos seus lucros é conseguida na venda de produtos (bebidas, fotografias, etc.) a bordo e nos jogos do casino.

Para Amaral (2006), o desenvolvimento da indústria dos cruzeiros nos últimos 20 anos pode ser considerado como um dos maiores da indústria do turismo.

Segundo Ward (2010), actualmente as companhias de cruzeiro visitam cerca de dois mil destinos, desde as Caraïbas à Antárctica, desde o Mediterrâneo ao Báltico, do Norte Europeu ao Pacífico Sul.

A região onde se realizam mais cruzeiros é a das Caraïbas, seguida do Mediterrâneo, Alasca e Europa (*Tourism Queensland*, 2006).

Ward (2010) apresenta uma série de destinos de cruzeiros marítimos: Caraïbas, Alasca, Europa e Mediterrâneo, Médio Oriente, África do Sul e Índia, Rivieira Mexicana, Canal do Panamá, América do Sul, Austrália, Nova Zelândia e Oriente.

Amaral (2006) salienta que os principais destinos do sector são as Bermudas, Bahamas, Riviera Mexicana, Havai, Caraïbas Oeste, Caraïbas Sul, Caraïbas Leste, Mediterrâneo, Ilhas Gregas, Norte da Europa, África, Austrália, Nova Zelândia, América do Sul, Ásia, Polinésia, Canal do Panamá e Alasca, havendo ainda cruzeiros mais longos que passam por várias zonas do globo, e de outros locais passíveis de serem visitados sazonalmente.

Para Edmunds e Lomine (2007), as principais regiões onde se realizam cruzeiros são as Caraïbas e o Mediterrâneo.

A zona das Caraïbas é, segundo Amaral (2006), a líder como destino de cruzeiros, oferecendo aos turistas a beleza natural da região. Já os cruzeiros

realizados no Mediterrâneo e no Norte Europeu são caracterizados por uma oferta mais cultural e histórica.

Para além das alterações que têm ocorrido nas últimas décadas em termos de tipo de navios utilizados, ofertas de actividades a bordo do navio, qualificação e experiência da tripulação, têm-se, também, assistido a uma diversificação dos destinos dos cruzeiros, como por exemplo: da Antárctica para Acapulco, das Bermudas para *Bergen*, de Dakar para a República Dominicana, de *Shangai* para *St. Thomas*.

Na região das Caraíbas são realizados cruzeiros durante o ano inteiro, com excepção dos períodos em que ocorrem furacões e tempestades tropicais. Nesta região ocorrem partidas quase diárias dos principais portos existentes na Florida: Miami, *Fort Lauderdale*, *Port Canaveral*, entre outros, e ainda, com partida do porto de *San Juan* em Porto Rico (Amaral, 2006).

Os cruzeiros com partida do porto de Nova York e com destino às Bermudas realizam-se entre os meses de Abril e Outubro. As travessias do Canal do Panamá decorrem entre Setembro e Abril. No Alasca os cruzeiros realizam-se entre os meses de Maio e Setembro. No caso do Mediterrâneo, Norte da Europa e Ilhas Gregas, os cruzeiros realizam-se entre Abril e Novembro. Os cruzeiros com destino ao Oriente, Austrália e Nova Zelândia realizam-se entre Outubro e Abril (Amaral, 2006).

Numa altura em que a indústria de cruzeiros se encontra a amadurecer, surgem algumas evidências em que os turistas que realizam habitualmente cruzeiros marítimos estão agora a começar a experimentar cruzeiros fluviais e vice-versa (Travel & Tourism Analyst, 2010). A indústria dos cruzeiros apresenta uma taxa de repetição elevada e a partir do momento em que um turista fica cativado por este tipo de férias, gosta de experimentar diferentes navios e de explorar diferentes destinos (Travel & Tourism Analyst, 2010).

Dada a localização do Porto de Leixões será apresentado de seguida uma breve caracterização da indústria dos cruzeiros no contexto Europeu e Português.

2.3.2. A nível Europeu

Caracterização da oferta

Não obstante nenhum cruzeiro individual cobrir todos os portos, os navios de cruzeiro oferecem uma forma confortável de explorar a rica miscelânea de destinos, culturas, património arquitectónico, estilos de vida e cozinha desta região, ao que é acrescida a mais-valia de não ser necessário fazer e desfazer malas todos os dias (Ward, 2010).

Segundo Ward (2010) estes cruzeiros são cada vez mais populares porque:

- muitas cidades europeias estão em zonas limítrofes à água (entre elas Amesterdão, Atenas, Barcelona, Copenhaga, Génova, Helsínquia, Lisboa, Londres, Monte Carlo, Nice, Oslo, São Petersburgo, Estocolmo e Veneza);
- é muito menos dispendioso fazer um cruzeiro, do que voar e ficar instalado em hotéis de mínima qualidade (e ainda ter que pagar por comida e transporte adicional);
- a bordo do navio usa-se uma moeda única (normalmente o dólar americano, a libra esterlina ou o Euro);
- é oferecida uma vasta variedade de excursões nas escalas;
- existem programas didácticos que oferecem alguns esclarecimentos sobre as escalas antes de o barco aportar.

Na região do Báltico os portos de São Petersburgo e Copenhaga foram, em 2010, os principais portos da região, com mais de 300 escalas cada um (*Cruise Baltic*, 2011). Nesta região o número de escalas aumentou, entre 2000 e 2010, a uma taxa de crescimento média anual de 3,4%, de 1443 no ano 2000 para 2010 no ano de 2010 (*Cruise Baltic*, 2011). Já no que concerne ao mercado de turnaround¹ na região do Báltico o crescimento médio anual, entre 2000 e 2010, foi de 8,6% (106 em 2000 e 242 em 2010) (*Cruise Baltic*, 2011).

¹ Um porto de cruzeiros é considerado de *turnaround* quando ocorre embarque e/ou desembarque de passageiros de um cruzeiro.

A Companhia *Carnival* anunciou que para 2010 pretendia alterar o rácio da sua balança de origem de passageiros de 70% (América do Norte) por 30% (Europa e o resto do Mundo), para, respectivamente, 60% por 40%. Considerando que esta companhia representa a movimentação de 7 milhões de passageiros, cerca de 45% do número total de passageiros desta indústria caso esta meta venha a ser alcançada irá alterar não só o panorama da própria companhia mas da própria indústria dos cruzeiros (Travel & Tourism Analyst, 2007).

O crescimento da Europa enquanto destino de cruzeiros tem sido motivado por dois factores independentes mas relacionados (Travel & Tourism Analyst, 2007):

- a atracção de novos turistas Europeus quer pelas companhias de cruzeiros sediadas na Europa, assim como, pelas companhias Norte-Americanas;
- o aumento da procura por cruzeiros na Europa pelos passageiros Europeus e Norte-Americanos, estimulada pela decisão das companhias Norte-Americanas de colocarem mais navios a operar na Europa.

Neste contexto, os principais destinos Europeus, quer para os turistas de cruzeiros Europeus, quer para os Norte-Americanos são o Mediterrâneo e o Norte da Europa (Travel & Tourism Analyst, 2007).

Caracterização dos impactos económicos

O valor total do impacto económico da indústria de cruzeiros na Europa ultrapassou o da América do Norte pela primeira vez em 2008, tendo repetido o feito em 2009, quando o benefício total da indústria dos cruzeiros para a economia dos Estados Unidos decresceu de 40.200.000 de dólares em 2008 para 35.100.000 de dólares em 2009 (ECC, 2011).

Os cruzeiros podem ter crescido substancialmente na Europa, contudo mantêm-se como um sector de pequena dimensão no que se refere à indústria naval, representando normalmente uma parte menor das actividades portuárias (ECC, 2011). O Porto de Barcelona é o Porto Europeu mais “ocupado” a nível da actividade de cruzeiros marítimos, e mesmo assim, esta área representa menos

de 10% do total de tráfego de navios nesse porto. Realizar um cruzeiro é também uma actividade sazonal, sobretudo no Norte da Europa (ECC, 2011).

Neste sentido, a Organização Europeia dos Portos Marítimos refere que os portos geralmente não têm no top da sua lista de prioridades os navios de cruzeiros, dado que não são estes os maiores responsáveis pelas suas receitas directas. Este factor representa um papel importante no facto das infra-estruturas para cruzeiros se desenvolverem lentamente. E este último factor explica por sua vez o crescente envolvimento das companhias de cruzeiros em determinados portos e terminais (ECC, 2011).

Relativamente ao impacte económico da indústria dos cruzeiros na Europa, em 2009 foram gerados 14,1 mil milhões de euros em gastos directos pelas companhias de cruzeiros e pelos seus passageiros e tripulantes; 34,1 mil milhões de euros em serviços prestados; 296.288 postos de trabalho (ETI – equivalente em tempo integral) e 9 mil milhões de euros em remunerações (*European Cruise Council*, 2010). Estes impactos são resultado da soma dos impactos directos, indirectos e induzidos. Desta forma, é possível afirmar que por cada milhão de despesas directas geradas pela indústria dos cruzeiros são gerados em termos globais 2,42 milhões de euros de receita totais e 21 postos de trabalho remunerados (ECC, 2010).

A indústria dos cruzeiros gera na Europa impactos económicos na maior parte das áreas que integram este sector de actividade, incluindo: portos de embarque, portos de escala, construção de navios, manutenção de navios, mantimentos, vendas e marketing, para além dos profissionais que trabalham nos navios ou nos escritórios em terra.

Os impactos económicos da indústria dos cruzeiros sentiram-se em vários países Europeus, no entanto, em 2009, cerca de 80% da despesa directa do sector dos cruzeiros na Europa ficou concentrada em seis países, como se pode constatar na Tabela 2.1.

Tabela 2.1 – Alguns indicadores sobre a relevância económica da indústria dos cruzeiros na Europa, por país em 2009

País	Despesas directas € Milhões	Variação face a 2008	Total de postos de trabalho	Remuneração Total € Milhões
Itália	4.331€	0,3%	96,076	2.828€
Reino Unido	2.408€	6,4%	55,599	1.953€
Alemanha	1.918€	-18,4%	31,395	1.095€
França	1.158€	-17,2%	15,128	687€
Espanha	1.119€	3,8%	24,248	729€
Finlândia	906€	0,5%	13,658	522€
Top 6	11.840€	-3,5%	236,104	7.814€
Resto da União Europeia + 3	2.211€	14%	60,184	1.192€
Total	14.051€	-1,2%	296,288	9.006€

Fonte: European Cruise Council (2010)

2.3.3. Portugal

Portugal no contexto da Península Ibérica

Nos 29 portos da Península Ibérica realizaram-se em 2010 um total de 4.371 escalas de navios de cruzeiros, o que corresponde a um crescimento de 7% em relação a 2009, quando se registaram 4.083 escalas (APL, 2011). Portugal representa uma quota de mercado de 17%, dado que das 4.371 escalas, 755 se realizaram em portos Nacionais (APL, 2011).

Passaram, em 2010, pelos 29 portos da Península Ibérica 8.199.368 turistas de cruzeiros, o que representa um aumento de 17% face a 2009. De referir que Portugal representa no contexto da Península Ibérica uma quota de mercado de 13% - 1.066.963 turistas de cruzeiros, em 2010.

Turismo de cruzeiros nos portos Nacionais

Segundo o “Relatório de actividade – tráfego de cruzeiros” (APL, 2010:05), no contexto Nacional “(...) o turismo de cruzeiros tem-se transformado num dos

segmentos turísticos mais dinâmicos, revelando grande crescimento ano após ano”. Segundo este mesmo relatório estima-se que no ano de 2010 o número de turistas de cruzeiros Portugueses tenha rondado os 55 mil, quando em 2009 este número foi de 35 mil. De referir que em 2010 mais de um milhão de turistas de cruzeiros passaram pelos portos Portugueses.

Na Tabela 2.2 apresentamos o *ranking* dos portos Nacionais no que se refere ao número de navios de cruzeiro que efectuaram escala, em 2010. Neste ano efectuaram escala nos portos nacionais um total de 755 navios de cruzeiros representando o maior ano de sempre neste sector (APL, 2011).

Tabela 2.2 – *Ranking* dos portos Nacionais com base no número de escalas de navios de cruzeiros em 2010

Posição	Porto	2010
1º	Lisboa	299
2º	Funchal	294
3º	Portos dos Açores	60
4º	Portimão	52
5º	Leixões	49
6º	Figueira da Foz	1
		755

Fonte: APL (2011)

Com base no “Relatório de actividade – tráfego de cruzeiros” da APL (2011), verifica-se que o Porto de Lisboa lidera o ranking Nacional com 299 escalas, um aumento de 5 escalas face a 2009.

Em segundo lugar encontra-se o Porto do Funchal que em 2010 recebeu um total de 294 escalas de navios de cruzeiros, o que se traduz num aumento de 17 escalas em relação a 2009, onde se tinham verificado 277 escalas.

Os Portos dos Açores mantêm o terceiro lugar do ranking Nacional com 60 escalas em 2010, apesar de uma redução de 7 escalas face a 2009 onde se realizaram 67 escalas.

Em quarto lugar surge o Porto de Portimão com 52 escalas no ano de 2010, o que representa um aumento de 14 escalas em relação a 2009 onde se verificaram 38 escalas.

O Porto de Leixões encontra-se em quinto lugar com 49 escalas em 2010, o que significa um crescimento de 11 escalas face a 2009, tendo em conta que nesse ano o número de escalas foi de 38.

O Porto da Figueira da Foz surge na tabela em sexto lugar mas apenas com uma escala em 2010, a do navio “*Spirit of Oceanus*”. Em 2009 não se verificou nenhuma escala de navios de cruzeiros neste porto.

De referir que em 2009 o Porto de Cascais havia recebido 4 escalas e o Porto de Viana do Castelo uma escala.

No ano de 2010 realizaram-se nos portos Nacionais 54 escalas inaugurais: 19 no Porto de Lisboa, 16 no Porto do Funchal, 7 no Porto de Leixões e nos Portos dos Açores e 5 no Porto de Portimão (APL, 2011).

Turistas de cruzeiros nos portos Nacionais

Se no ano de 2009 os portos Nacionais receberam mais de 900.000 turistas de cruzeiros (APL, 2010), a barreira de 1.000.000 de turistas foi ultrapassada em 2010, tendo o número de passageiros de navios de cruzeiros totalizado 1.066.963 (APL, 2011). Nas Tabelas 2.3 e 2.4 são apresentados os números de passageiros de navios de cruzeiros que passaram pelos portos Nacionais em 2008, 2009 (Tabela 2.3) e 2010 (Tabela 2.4).

Tabela 2.3 – *Ranking* dos portos Nacionais relativamente ao número de passageiros de navios de cruzeiro em 2009

Posição	Porto	2008	2009	Variação
1º	Funchal	405.306	435.821	7,53%
2º	Lisboa	407.508	415.758	2,02%
3º	Portos dos Açores	50.546	50.526	-0,04%
4º	Leixões	25.465	17.624	-30,79%
5º	Portimão	11.217	23.595	110,35%
6º	Cascais	-	1.391	-
7º	Viana do Castelo	-	319	-
		900.042	945.034	5,00%

Fonte: APL (2010)

Segundo os dados apresentados na Tabela 2.3, pode-se verificar que no ano de 2009 os portos Nacionais receberam 945.034 turistas de cruzeiros, o que representa um crescimento de 5% face a 2008 onde o número de turistas de cruzeiros foi de 900.042.

No ano de 2009, e claramente destacados, os portos Nacionais que receberam mais turistas de cruzeiros foram o Funchal e Lisboa. Estes dois portos em conjunto receberam mais de 850.000 turistas de cruzeiros.

Para além do Funchal e Lisboa, e com base na Tabela 2.3, encontram-se no ranking os Portos dos Açores, Leixões, Portimão, Cascais e Viana do Castelo.

De salientar que o Porto de Portimão apresentou um crescimento de mais de 100% entre o ano de 2008 e o ano de 2009, tendo passado por este porto 23.595 turistas de cruzeiros em 2009.

Relativamente ao ano de 2010 decorreram algumas alterações no que se relaciona com o *ranking* dos portos Nacionais a nível do número de turistas de cruzeiros (Tabela 2.4).

Tabela 2.4 – *Ranking* dos portos Nacionais no que respeita ao número de passageiros de navios de cruzeiro em 2010

Posição	Porto	2010
1º	Funchal	495.323
2º	Lisboa	448.497
3º	Portos dos Açores	61.756
4º	Portimão	33.843
5º	Leixões	27.494
6º	Figueira da Foz	50
		1.066.963

Fonte: APL (2011)

Os portos do Funchal e de Lisboa mantêm a liderança do *ranking* (Tabela 2.4), tendo recebido em conjunto, em 2010, mais de 900.000 de turistas de cruzeiros, e, em ambos os casos, o número de turistas aumentou face ao ano de 2009. Na terceira posição mantiveram-se os Portos dos Açores com um aumento de mais de 10.000 passageiros face a 2009 (APL, 2011).

No ano de 2010 o Porto de Portimão manteve-se no quarto lugar do *ranking*, dando seguimento ao crescimento verificado em 2009 (Tabela 2.3 e 2.4), com mais de 30.000 passageiros, estando em quinto lugar o Porto de Leixões com 27.494 turistas de cruzeiros (APL, 2011).

Como já foi referido realizou-se, em 2010, uma escala no Porto da Figueira da Foz o que se traduziu em 50 turistas de cruzeiros a passarem por aquele porto (APL, 2011).

Tabela 2.5 – *Ranking* dos portos Nacionais no que se refere ao número de passageiros de navios de cruzeiro, em trânsito, em 2010

Posição	Porto	2010
1º	Funchal	485.474
2º	Lisboa	395.884
3º	Portos dos Açores	61.653
4º	Portimão	33.086
5º	Leixões	27.130
6º	Figueira da Foz	50
		1.003.277

Fonte: APL (2011)

Tabela 2.6 – *Ranking* dos portos Nacionais no que se refere o número de passageiros de navios de cruzeiro, em *turnaround*, em 2010

Posição	Porto	2010
1º	Lisboa	52.613
2º	Funchal	9.849
3º	Portimão	757
4º	Leixões	364
5º	Portos dos Açores	103
		63.686

Fonte: APL (2011)

Analisando mais pormenorizadamente os passageiros que passaram pelos portos Nacionais em trânsito (Tabela 2.5) e em *turnaround* (Tabela 2.6), verifica-se que a grande percentagem se encontra representada pelos passageiros em trânsito. Dado que em 2009 tinham passado pelos portos Nacionais 848.299 turistas de cruzeiros em trânsito (APL, 2011), verifica-se um crescimento de 18% para 2010, com 1.003.277 passageiros.

O Porto do Funchal mantém a liderança do *ranking* Nacional dos portos relativamente ao número de turistas de cruzeiros em trânsito com 485.474 (Tabela 2.5), o que representa 48% dos passageiros que passaram em 2010 pelos portos Nacionais.

Relativamente aos passageiros que embarcaram e/ou desembarcaram (*turnaround*) nos portos Nacionais em 2010, verificou-se um decréscimo de 35% face a 2009, dado que, nesse ano, o número de passageiros em *turnaround* foi de 97.439, tendo em 2010 este número decrescido para 63.686 (APL, 2011).

O Porto de Lisboa (tabela 2.6) continuou a dominar, em 2010, este segmento de mercado *turnaround* em Portugal, representado 83% do total de passageiros, com 52.613.

De referir que pelo segundo ano consecutivo a *Classic Internacional Cruises* realizou operações de embarque e desembarque nos portos de Portimão e Leixões, com 757 e 364 passageiros respectivamente.

2.4. Caracterização da oferta

2.4.1. Companhias de cruzeiros

Para Ward (2010), a indústria de cruzeiros é dominada por algumas companhias de cruzeiros como a *Carnival Cruise Lines*, a *Celebrity Cruises*, a *Costa Cruises*, a *Cunard Line*, a *Holland America Line*, a *MSC Cruises*, a *NCL (Norwegian Cruise Line)*, a *P&O Cruises*, a *Princess Cruises*, a *Royal Caribbean International* e a *Star Cruises*. O autor salienta que a centralização do poder é ainda mais concentrada tendo em conta que das onze companhias referidas anteriormente, oito são controladas por três grandes grupos.

Ward (2010) refere que a *Carnival Corporation*, com escritório sede em Miami – Florida, é detentora de grandes marcas como a *Carnival Cruise Lines*, a *Costa Cruises*, a *Cunard Line*, a *Holland America Line* e a *Princess Cruises*. A *Carnival Corporation* é detentora ainda de outras marcas como por exemplo a *AIDA Cruises*, a *P&O Cruises* e 75% da *Iberocruceros*, sediada em Espanha.

Quanto à *Royal Caribbean Cruise*, com escritório sede em Miami – Flórida, possui marcas como a *Azamara Cruises*, a *Celebrity Cruises*, a *Pullmantur Cruises* e a *Royal Caribbean International* (Ward, 2010).

O *Star Cruises Group*, com escritório sede em Kuala Lampur – Malásia, representa a *Star Cruises* e 50% da *NCL* (Ward, 2010).

Ward (2010) refere que apesar das grandes companhias de cruzeiros dominarem grande parte do mercado, existem outras companhias mais pequenas vocacionadas para determinados gostos ou com itinerários que incluam destinos mais exóticos. O autor refere como companhias mais pequenas, por exemplo, a *AIDA Cruises*, a *Azamara Cruises*, a *Classic International Cruises*, a *Crystal Cruises*, a *Disney Cruise Line*, a *Fred Olsen Cruise Line*, a *Hapag-Lloyd Cruises*, a *Iberocruceros*, a *Oceania Cruises*, a *Ponant Cruises*, a *Regent Seven Seas Cruises*, a *Saga Cruises*, a *Sea Cloud Cruises* e a *Swan Hellenic Cruises*.

De referir ainda a existência das chamadas companhias de cruzeiros de luxo que segundo Ward (2010), deveriam representar uma combinação perfeita de navio, instalações, gastronomia e serviço, contudo o autor salienta que a palavra “luxo” foi prejudicada pelas equipas de marketing.

2.4.2. Navios: de “Resort flutuante” a “Destino turístico”

Segundo Amaral (2006), o conceito de “*Resort flutuante*” patente nos anos de 1980 e 1990, foi ultrapassado com o surgimento do navio *Voyager of the Seas*, inaugurado em 1999, que devido à sua grande dimensão não conseguia navegar por determinados locais, como por exemplo pelo canal do Panamá. Este navio possuía uma grande oferta de entretenimento a bordo: pista de patinagem no gelo, parede para escalada, cabines com vista para o “*promenade*” interno, restaurantes e bares temáticos, teatro com capacidade para 1800 pessoas e três piscinas.

Outro aspecto relevante no que concerne a vida a bordo foi o surgimento das primeiras cabines e restaurantes onde não era permitido fumar, no início da década de 90, como referem Dickinson e Vladimir (2008).

Com o surgimento dos novos navios com grande capacidade, mais de 1800 tripulantes e 3100 turistas, surgiu um dilema para os responsáveis por esta indústria dado que a oferta a bordo passou a ser tão intensa e variada que fazia com que alguns turistas não desembarcassem na maioria das escalas (Amaral, 2006).

Segundo Amaral (2006), com o surgimento dos navios de grandes dimensões o número de escalas passou a ser mais reduzido, com o objectivo de rentabilizar ao máximo o consumo a bordo. As companhias de cruzeiros tiveram de repensar este conceito, dado que, a maioria dos agentes de viagens e dos passageiros frequentes, não aceitaram bem este modelo, fazendo com que os itinerários voltassem a incluir mais opções de escalas.

Para Amaral (2006), o conceito de “passageiro” – onde o mais importante é a venda do momento e não a fidelização dos clientes – evoluiu para o conceito de “hóspede”, onde o cliente é um convidado que se sente bastante confortável, incentivando assim novas visitas.

No dia-a-dia a bordo é fornecido aos passageiros um programa do dia ou diário de bordo, que vai de encontro à oferta apresentada ao cliente no momento de aquisição da sua viagem (anexo 2.1).

Figura nº 2.1 – Exemplo de diário de bordo fornecido aos passageiros diariamente nas suas cabines (navio *Grand Voyager* da *IberoCruceiros*)



Fonte: Elaboração própria

Para Amaral (2006), os pontos fortes e de atracção de um cruzeiro são: “Comodidade”, “Segurança”, “Sociabilidade” e “Diversão”.

Para explorar o factor “**Comodidade**” Amaral (2006) apresenta o exemplo de um itinerário de um cruzeiro descrito na Tabela 2.7.

Tabela 2.7 – Exemplo de itinerário de um cruzeiro

Dia	Escala	Chegada	Data	Partida
Domingo	Miami, Florida	–	1 de Julho	17h00
Segunda	Navegação	–	2 de Julho	–
Terça	Labadee, Hispaniola	8h00	3 de Julho	16h00
Quarta	Ocho Rios, Jamaica	8h00	4 de Julho	17h00
Quinta	Georgetown, Grand Cayman	9h00	5 de Julho	16h00
Sexta	Cozumel, México	9h00	6 de Julho	19h00
Sábado	Navegação	–	7 de Julho	–
Domingo	Miami, Florida	8h30	8 de Julho	–

Fonte: Amaral (2006)

Um itinerário como o apresentado na Tabela 2.7 oferece um grande número de escalas, o que permite visitar um grande número de destinos turísticos.

A deslocação do navio durante a noite, permite acordar num novo porto todos os dias (à excepção dos cruzeiros com dias de navegação ou com permanência num porto por mais do que um dia/noite). Por sua vez, o cruzeiro representa, segundo Amaral (2006), uma forma de transporte muito mais confortável, comparativamente ao transporte aéreo ou terrestre.

Após o embarque os passageiros são encaminhados para as suas cabines, onde podem arrumar as suas malas, o que comparativamente com outros meios de transporte evita o transtorno de fazer e desfazer as malas sempre que se chega ou se parte de um destino.

Os restaurantes a bordo oferecem geralmente uma gastronomia de qualidade e variada, com o conforto da reserva de um mesmo lugar para toda a viagem.

Segundo Amaral (2006), e com base em dados da *Cruise Lines International Association*, 85% dos passageiros concorda que um cruzeiro permite conhecer um determinado destino, permitindo aos turistas obter informação suficiente para decidirem se devem regressar ou não a esse destino.

Uma outra comodidade da vida a bordo é o facto de o passageiro não precisar de andar com dinheiro a bordo, pois é utilizado o sistema *cash less* ou um cartão de consumo, fornecido ao passageiro no momento do *check-in*. Este sistema permite ao passageiro pagar todas as suas despesas numa única vez, geralmente no final do cruzeiro.

Relativamente à questão da “**Segurança**” a bordo, os passageiros encontram cofres individuais – na grande maioria dos navios modernos – ou cofres à sua disposição na recepção.

Existe apenas registo de um único caso de terrorismo a bordo do navio *Achille Lauro*, a 7 de Outubro de 1985. Um grupo de quatro terroristas Palestínianos armados sequestrou o navio, com 320 tripulantes e 80 passageiros a bordo. Aquando do sequestro o navio encontrava-se ao largo de Alexandria, e como tal centenas de passageiros encontravam-se a visitar o Cairo e as Pirâmides Egípcias. No dia 8 os terroristas assassinaram um passageiro Americano de 69 anos. A 9 de Outubro os terroristas renderam-se às autoridades Egípcias (*in* www.history.com).

Na fase posterior ao 11 de Setembro de 2001, as medidas anti-terrorismo existentes foram melhoradas.

Ocorrem por vezes a bordo alguns pequenos acidentes, como curto-circuitos ou outras situações de menor relevo.

Para promover a segurança dos passageiros realiza-se um simulacro com todos os passageiros, para que estes fiquem familiarizados com as questões de segurança e emergência a bordo. Durante o cruzeiro a tripulação realiza regularmente simulações de casos de emergência, o que prepara a tripulação para eventuais situações de emergência reais.

Em relação ao factor “**Sociabilidade**” Amaral (2006), considera que o grau de relaxamento e de afastamento dos problemas do dia-a-dia, resultante da realização de um cruzeiro, favorece um grau de interacção e de convivência entre os passageiros, difíceis de atingir noutro contexto.

Relativamente ao factor “**Diversão**”, Amaral (2006) considera que a bordo de um navio de cruzeiros existe uma vasta oferta de actividades, que permitem aos passageiros relaxar e descontraír. Os membros da tripulação responsáveis

pela animação distribuem-se muitas vezes por grupo etário ou também por sector de actividade – dança, música, mágicos, etc.

Por outro lado, segundo Amaral (2006), a bordo de um navio de cruzeiros, normalmente, encontram-se disponíveis para ocupação cabines internas – sem janela, e cabines externas – com janela. Nos navios mais recentes é possível ainda encontrar cabines externas com varanda privada. As cabines apresentam diferentes disposições podendo acomodar turistas que viajem sozinhos ou mesmo famílias, em áreas de 12m² até 250 m².

Alguns navios, como por exemplo os da série *Voyager* da *Royal Caribbean International*, disponibilizam ainda aos seus passageiros cabines com vista para o “atrium” e o “promenade” internos do Navio.

Segundo Dickinson e Vladimir (2008), as áreas públicas a bordo existentes nos actuais navios são muito diferentes das existentes nos primeiros navios de cruzeiros, que comparativamente aos navios actuais tinham pouco espaço destinado a áreas públicas. As cabines disponíveis nesses navios também não eram muito confortáveis. A tripulação não estava tão bem preparada como actualmente e a experiência de estar a bordo de um navio de cruzeiro era tão nova para a tripulação como para os passageiros. Com o evoluir da indústria dos cruzeiros, o processo de recrutamento e de formação da tripulação, também evoluiu, dando origem a uma tripulação com mais experiência e formação.

Para Ward (2010), os novos navios são, na maioria dos casos, de maior dimensão do que os navios mais antigos. No entanto, a dimensão das cabines continua a seguir os padrões *standard*, deixando mais espaço livre para as zonas de lazer e outras áreas públicas. Os navios actuais utilizam o sistema de ar-condicionado para controlar o calor e a humidade a bordo; usam estabilizadores que mantêm o navio nivelado; possuem um elevado nível de manutenção, segurança e higiene; e dão maior enfoque a áreas como a saúde e o *fitness*.

Ward (2010) salienta ainda que pelo mesmo valor de um cruzeiro realizado há 25 anos, os passageiros actualmente viajam em navios de grandes dimensões equipados a um *resort*, onde podem usufruir de uma grande variedade de infra-estruturas recreativas, culturais e desportivas, como por exemplo: ringues de patinagem no gelo, paredes de escalada, campos de golfe, pistas de patins de

linha, espaços para jogar *bowling*, e diferentes oferta como saborear a comida dos melhores restaurantes com uma grande variedade de menus, usufruir de SPA's de grande qualidade, e assistir a espectáculos de entretenimento.

Ward (2010) considera que o tamanho de um navio é importante pois há coisas que um navio mais pequeno consegue fazer ao contrário de um maior, como por exemplo permitir aos passageiros embarcar e desembarcar mais perto do centro das cidades. O autor refere que a área onde os navios de luxo menos se diferenciam dos navios de maior dimensão é na oferta de excursões em terra.

Segundo Amaral (2006), o valor do investimento na construção de um novo navio encontra-se entre os 350 milhões e os 500 milhões de dólares.

Ward (2010) faz uma segmentação dos navios por capacidade de passageiros:

- grandes navios *resort* – mais de 1600 passageiros;
- navios de tamanho médio – entre 600 e 1600 passageiros;
- navios pequenos – entre 200 a 600 passageiros;
- navios *boutique* – entre 50 a 200 passageiros.

Ward (2010) menciona que os navios de maior dimensão não conseguem oferecer aos seus passageiros um serviço personalizado e atento como o que acontece nos navios mais pequenos e navios *boutique*. O mesmo autor destaca seis companhias de cruzeiros que operam neste sector: *Crystal Cruises*, *Hapag-Lloyd Cruises*, *Regent Seven Seas Cruises*, *Seabourn Cruise Line*, *SeaDream Yacht Cruises* e *Silversea Cruises*.

A *G. P. Wild International Limited* é uma das consultoras internacionais com maior prestígio em estudos da área marítimo-portuário, fazendo a classificação dos navios de cruzeiro em 5 categorias: 6* super luxuoso, 5* luxuoso, 4* luxo, 3* *standard*, 2* económico.

Ward (2010) refere que desde 1980 tem avaliado e classificado navios de cruzeiro, sendo essa avaliação realizada com total objectividade, passando por áreas como o navio, as instalações, a gastronomia a bordo e o serviço. A avaliação é feita através da atribuição de estrelas que variam entre uma (mínimo) e cinco (máximo), recorrendo por vezes ao sinal + no caso dos navios que merecem um pouco mais do que a estrela em questão. A cada estrela

corresponde um número total de pontos, sendo que o autor destaca que mais importante do que as estrelas são mesmo os pontos obtidos.

Em 2010 o navio que recebeu mais pontos foi o navio “Europa” da *Hapag Lloyd Cruises*, com 1851 pontos (*****+).

Tabela 2.8: Top 10 dos maiores navios de cruzeiro do mundo, acima de 100.000 toneladas

Nome do navio	Companhia de cruzeiro	Tonelagem	Número máximo de passageiros	Ano de construção
<i>Allure of the Seas</i>	<i>Royal Caribbean Int.</i>	220.900	5400	2010
<i>Oasis of the Seas</i>	<i>Royal Caribbean Int.</i>	220.900	5400	2009
<i>Freedom of the Seas</i>	<i>Royal Caribbean Int.</i>	154.407	3634	2006
<i>Independence of the Seas</i>	<i>Royal Caribbean Int.</i>	154.407	3634	2008
<i>Liberty of the Seas</i>	<i>Royal Caribbean Int.</i>	154.407	3634	2007
<i>Norwegian Epic</i>	<i>NCL</i>	153.000	4200	2010
<i>Queen Mary 2</i>	<i>Cunard Line</i>	148.528	2620	2004
<i>Explorer of the Seas</i>	<i>Royal Caribbean Int.</i>	137.308	3634	2000
<i>Voyager of the Seas</i>	<i>Royal Caribbean Int.</i>	137.280	3634	1999
<i>Adventure of the Seas</i>	<i>Royal Caribbean Int.</i>	137.276	3634	2001

Fonte: Ward (2010)

O maior navio de cruzeiros do mundo chegou ao mercado em Dezembro de 2010, sendo o segundo navio da classe “Oasis” da *Royal Caribbean International*, o “*Allure of the Seas*” é considerado um navio similar ao “irmão” “*Oasis of the Seas*”, mas apresenta algumas diferenças como o facto de ter mais 5 cm de comprimento e algumas variações na oferta existente a bordo (*in* www.cruisecritic.com).

O “*Oasis of the Seas*” da *Royal Caribbean International* chegou ao mercado em 2009, com 220.000 toneladas, 360 metros de comprimento, com uma altura de 16 *decks*, e com a capacidade de transportar até 6400 passageiros. Este navio é inovador e entusiasmante. Ward (2010) chega a comparar a experiência de estar a bordo de um navio com estas características, como estar no interior de um grande Shopping.

Figura nº 2.2: Momento do encontro dos navios “Oasis of the Seas” e “Allure of the Seas”, da Royal Caribbean International



Fonte: www.cruiseind.com

Em 2010, 40 navios com mais de 100.000 toneladas encontram-se a operar, e cerca de 30 novos navios estavam previstos para entrega entre Janeiro de 2010 e Dezembro de 2012. A estes números alia-se o optimismo das companhias de cruzeiros e o desejo de terem barcos mais eficientes a nível de consumo de combustível e instalações.

No que se refere às últimas tendências da indústria dos cruzeiros, Ward (2010) salienta o seguinte:

- mais navios de maiores dimensões, equiparados a *resorts*, com cobrança de “extras”;
- mais cruzeiros multi-geracionais a decorrer a bordo dos maiores navios;
- aumento de cruzeiros com famílias mono-parentais;
- mais navios sem crianças para aqueles que não toleram o barulho e jogos infantis;
- navios de cruzeiros pequenos (para os que preferem evitar navios de grandes dimensões e as multidões);
- mais jantares temáticos;
- SPA's mais sofisticados e mais opções de tratamentos de bem-estar;

- mais menus de alimentação saudável;
- um aumento na variedade das actividades de aventura em terra;
- maior procura por navios onde seja proibido fumar;
- maior procura por cruzeiros com itinerários mais longos;
- maior procura por cruzeiros mais curtos que ofereçam uma fuga à rotina;

Segundo Amaral (2006), os actuais navios podem ainda ser utilizados como locais para o desenvolvimento de diversos eventos ou conferências.

Ward (2010) refere que a oferta gastronómica a bordo dos cruzeiros é bastante variada, estando geralmente a oferta de acordo com o valor pago, dado que alimentos de grande qualidade têm um custo mais elevado. O mesmo autor refere que é comum na entrada dos restaurantes a bordo encontrar-se o descritivo dos pratos disponíveis para o dia em questão, sendo possível servir refeições directamente nas cabines.

2.4.3. Portos (escala e *turnaround*)

Relativamente às infra-estruturas de apoio à indústria dos cruzeiros Amaral (2006) refere que existem dois tipos de portos: portos de trânsito e portos principais.

Segundo este mesmo autor portos de trânsito são os portos onde os navios de cruzeiro realizam as suas escalas, não decorrendo embarque ou desembarque de passageiros. No caso destes portos a oferta turística local deverá permitir a realização, por exemplo, de excursões. Por sua vez, os portos principais, são os portos *turnaround*, onde se realizam os embarques e/ou desembarques dos passageiros. Geralmente estes portos oferecem boas ligações a aeroportos internacionais, apresentam uma localização estratégica junto dos principais mercados de cruzeiros e permitem o desenvolvimento de roteiros atractivos.

Os turistas de cruzeiros estão cada vez mais exigentes em termos de qualidade do serviço que é oferecido. Neste sentido é importante que as infra-estruturas existentes de apoio à indústria dos cruzeiros, como é o caso dos portos, ofereçam um serviço de qualidade. Caso isto não se verifique, mesmo que os serviços oferecidos a bordo do navio satisfaçam os turistas, se as infra-estruturas de apoio não permitirem uma experiência positiva ao turista a

experiência global que este obterá com a realização do cruzeiro será negativa. Considera-se, de acordo com Amaral (2006), que as infra-estruturas básicas que os portos que servem de suporte à indústria dos cruzeiros devem possuir são: infra-estruturas sanitárias, telefone, protecções contra a chuva, infra-estruturas e meios de transporte (autocarro, táxi), estacionamento, zonas para descanso e ar-condicionado. Existem ainda outras componentes que poderão diferenciar os portos, como por exemplo a existência de equipamentos e serviços de alimentação e outros estabelecimentos comerciais variados (exemplos: farmácias e lojas de artesanato e produtos regionais).

Ward (2010) refere que as excursões em terra actualmente são praticamente ilimitadas e bastante activas, desde andar num elefante na Tailândia, fazer caiaque no Alasca, a caçar um crocodilo na Amazónia. Este autor apresenta uma listagem das cem excursões mais populares em todo o mundo, onde se encontra incluída uma excursão pela cidade de Lisboa, com visita a Alfama (velha) e ao Museu Marítimo, e outra na Ilha da Madeira, com a descida num cesto de madeira pelas ruas Madeirenses.

Segundo Vladimir e Dickinson (2008), a indústria de cruzeiros é um forte motor de crescimento económico para vários países, como as Caraíbas, pelo que investir em cais, terminais, estradas, deverá ser rapidamente recompensado através do aumento das receitas junto das companhias de cruzeiros e dos seus passageiros. A indústria dos cruzeiros investe centenas de milhões de euros em marketing e publicidade de forma a aumentar a procura, que por sua vez gera milhares de turistas.

Vladimir e Dickinson (2008) referem ainda a importância da qualidade de um porto de escala para os turistas que visitam um determinado destino dada a influência que isso terá num futuro regresso a esse destino com uma estadia em terra. Estes autores salientam ainda que do número total de turistas que realizam um cruzeiro entre 60 a 65% são repetentes, o que demonstra a importância da satisfação com os portos e destinos.

Para Vladimir e Dickinson (2008), e apesar de alguns turistas de cruzeiros optarem por não sair do navio durante as escalas, a grande maioria prefere

explorar os destinos. Os autores referem ainda que as companhias de cruzeiros estão sensíveis à importância de bons itinerários.

As escalas de navios de cruzeiros resultam num benefício muitas vezes esquecido pois durante a escala os turistas conhecem vários destinos tornando-se potenciais turistas (Gabe *et al*, 2006).

2.5. Conclusão

Hoje em dia cada vez menos se encontra o conceito que fazer um cruzeiro apenas se destina a pessoas com uma faixa etária elevada e com grande poder de compra.

O que começou como uma forma de transportar passageiros entre um destino e outro, onde o cuidado e atenção com o passageiro não eram tão importantes como outros factores como a segurança e rapidez, evoluiu para uma nova indústria.

Esta nova indústria – a indústria dos cruzeiros marítimos – evolui de tal forma que há quem considere os actuais navios de cruzeiro como verdadeiros “*Resorts flutuantes*” ou mesmo “Destinos turísticos” em si mesmo.

O conforto, ofertas e serviços a bordo evoluíram juntamente com a indústria numa política de proporcionar aos turistas de cruzeiros uma experiência relaxante, única e que apresenta uma das mais elevadas taxas de satisfação no sector turístico.

Com este capítulo observamos a evolução da indústria e da sua oferta, assim como o crescimento constante do número de turistas de cruzeiros, que em 2010 ultrapassou a barreira de 1 milhão nos portos Portugueses.

Realizar um cruzeiro permite ao turista desfazer as malas uma única vez e conhecer uma série de diferentes destinos que aumentam de acordo com a duração do cruzeiro.

De referir que foi lançada, no final de 2010, no mercado Português a primeira revista Nacional dedicada exclusivamente ao turismo de cruzeiros (www.revistacruzeiros.com), assim como, um magazine semanal de televisão “Cruzeiros”, exibido desde Abril de 2011 na SIC Notícias, SIC Internacional e SIC

online, da autoria de “Global Sea Produções”. Ambas as produções são sinais da receptividade e interesse do público Português relativamente a este tipo de férias

Capítulo 3 – O mercado da indústria dos cruzeiros

3.1. Introdução

Este projecto de investigação pretende fundamentalmente analisar o perfil, motivações e características de comportamento dos turistas de cruzeiros cujos navios efectuem escala no Porto de Leixões. Nesse sentido, considerou-se importante incluir neste projecto um capítulo destinado à caracterização do mercado da indústria de cruzeiros.

Numa primeira secção deste capítulo apresentamos uma evolução da procura por este tipo de produto. De seguida uma caracterização do perfil sócio-demográfico e cultural dos turistas de cruzeiros. De forma a compreender o que influencia os turistas a realizarem um cruzeiro são referidas, de acordo com a literatura algumas das principais motivações deste tipo de turistas. De seguida apresentam-se algumas das principais características do comportamento dos turistas de cruzeiros nos navios e nos portos onde é feita escala. Por fim, uma vez que a satisfação com a experiência pode levar à fidelização destes turistas e à repetição da experiência, analisamos os graus de satisfação e de fidelização destes turistas com o cruzeiro e com o destino.

3.2. Evolução da procura

Se a oferta disponível da indústria de cruzeiros, desde os seus itinerários, navios, ofertas e serviços a bordo, entretenimento, gastronomia, acomodações, foi se alterando e refinando com o passar das décadas, naturalmente as características e o número de turistas que realizam um cruzeiro sofreu igualmente uma evolução.

Neste sentido, importa referir uma das principais características da indústria de cruzeiros: a sazonalidade. A este nível, a sazonalidade verificada na indústria dos cruzeiros está relacionada com o clima e com as condições de navegação existentes para cada destino turístico (Amaral, 2006).

O mesmo autor refere que muitos turistas, mesmo os que possuem um poder de compra mais elevado, optam na maioria das vezes por cruzeiros não muito longos. Esta opção poderá estar relacionada com os seguintes factores:

- a vontade de alguns passageiros, preferirem utilizar as suas férias distribuídas por diferentes produtos turísticos;
- o pouco tempo livre de alguns passageiros;
- o facto de alguns turistas preferirem ter como primeira experiência um cruzeiro mais curto de forma a conhecerem melhor este tipo de férias;
- a existência de constrangimentos financeiros para alguns passageiros.

A procura por cruzeiros aumenta na altura de feriados e das férias escolares, sendo que, neste período os preços são directamente proporcionais à procura e como tal também aumentam. Ainda segundo este autor a melhor época para realizar um cruzeiro é no Verão, tendo em conta que, o mar está mais tranquilo e na maioria dos dias está bom tempo (Amaral, 2006).

No caso dos cruzeiros temáticos Amaral (2006), afirma que estes são criados para atrair turistas em épocas habitualmente com menos procura. Um cruzeiro pode ter vários temas como música, *fitness*, *jazz*, gastronomia, etc.. No entanto, segundo este autor, muitas vezes não é o tema que influencia a maioria dos turistas a optar pela realização desse cruzeiro.

Relativamente à escolha de um navio mais recente ou mais antigo para a realização de um cruzeiro, os navios mais novos têm atraído a maioria dos turistas e dos agentes de viagens (Amaral, 2006). Não se pode deixar de ter em conta que a idade de um navio não é o factor mais importante, mas sim a sua manutenção e o projecto de construção. Existem ainda alguns navios que apesar de já não serem recentes conseguiram posicionar-se como clássicos como por exemplo o navio *Queen Elizabeth 2*.

A grande parte do sector trabalha baseando-se no ponto de vista do turista, que procura conforto e qualidade nas suas férias, de preferência com um valor justo (que tem vindo a diminuir), uma oferta mais variada e outras mais-valias.

Segundo Dickinson e Vladimir (2008), em 2006 a indústria dos cruzeiros contabilizou mais de 10 milhões de passageiros.

Segundo dados da CLIA, desde 1980 a indústria dos cruzeiros cresceu anualmente cerca de 8,1%, estimando-se que cerca de 100 milhões de pessoas já realizaram um cruzeiro com duração superior a 2 dias (Amaral, 2006).

Ainda segundo Amaral (2006:234), e com base em dados da CLIA, “Um cruzeiro é o sonho de 48 milhões de americanos, sendo que somente 16% da população-alvo norte-americana já fez um cruzeiro”.

Segundo o Relatório “Contribuição do Turismo de Cruzeiros para a Economia da Europa” (*European Cruise Council*, 2010) a indústria de cruzeiros apresenta um crescimento dinâmico nos últimos 30 anos, resultante principalmente de uma procura considerável com origem na América do Norte.

O mercado Norte-Americano é o principal mercado emissor de turistas de cruzeiros, contudo nos últimos cinco anos a Europa tem-se tornado cada vez mais importante quer como mercado emissor quer como destino de cruzeiros.

Segundo dados da CLIA referidos pelo ECC (2011), e para o ano de 2010, os quatro principais destinos de cruzeiros realizados pelo mercado Norte-Americano foram as Caraíbas/Bahamas, o Mediterrâneo, a Europa/Escandinávia e o Alasca.

Entre 1999 e 2009 a procura anual por cruzeiros a nível mundial mais que duplicou, desde 8.59 milhões de passageiros para 17.50 milhões de passageiros (Tabela 3.1).

O número de turistas de cruzeiros continua a crescer gradualmente, tendo atingido em 2009 os 17.500.000 de passageiros (Tabela 3.1).

Tabela nº 3.1: Evolução da procura por cruzeiros a nível Mundial, entre 1999 e 2009

Região	1999	2004	2005	2006	2007	2008	2009	Taxa de variação global entre 1999-2009
Passageiros em Milhões								
América do Norte	5.86	9.14	9.96	10.38	10.45	10.29	10.40	77,47%
Europa (Incluindo a Rússia e países da Europa Ocidental fora da EU-27)	1.88	2.80	3.15	3.44	4.05	4.46	5.00	165,96%
Sub-total	7.74	11.94	13.11	13.82	14.5	14.75	15.40	98,97%
Resto do Mundo	0.85	1.13	1.21	1.29	1.37	1.45	2.10	147,06%
Total	8.59	13.07	14.32	15.11	15.87	16.20	17.50	103,72%
% do Mercado Norte- Americano	68.2	69.9	69.6	68.7	65.8	63.5	59.4	-

Fonte: *European Cruise Council*, 2010

O relatório “Contribuição do Turismo de Cruzeiros para a Economia da Europa” (*European Cruise Council*, 2010) refere alguns números referentes à indústria dos cruzeiros na Europa:

- durante 2009 encontravam-se domiciliadas na Europa 45 companhias de cruzeiros, operando 124 navios de cruzeiro com uma capacidade a rondar 127,000 *lower berths* (utilizado para medir a capacidade normal de um navio quando duas camas por cabine se encontram ocupadas (ECC, 2010)). Outros 64 navios com a capacidade de 76,600 *lower berths* estavam a operar na Europa por companhias não Europeias.

- mais de 4.9 milhões de pessoas residentes na Europa reservaram um cruzeiro em 2009, um aumento de 12.1% face a 2008, representando quase 29% do número total de turistas de cruzeiros no Mundo.

- mais de 4.8 milhões de passageiros, em 2009, embarcaram nos seus cruzeiros em portos Europeus, um aumento de 3.2% face a 2008, sendo mais de 75% destes de Nacionalidades Europeias.

- a maioria dos turistas que realizou esses cruzeiros visitou portos situados no Mediterrâneo, no báltico e em outras regiões Europeias, gerando, em 2009,

23.8 milhões de passageiros em visita a portos de cidades Europeias, um aumento de 9,4% face a 2008.

- estima-se que adicionalmente 12.4 milhões de pessoas pertencentes às tripulações dos navios de cruzeiro chegaram a portos Europeus.

Tabela nº 3.2 – Passageiros de cruzeiros Europeus, por país de origem, 2009

País	Passageiros	Percentagem do total
Reino Unido	1.533.000	31,0%
Alemanha	1.027.000	20,8%
Itália	799.000	16,2%
Espanha	587.000	11,9%
França	347.000	7,0%
Escandinávia	173.000	3,5%
Benelux	110.000	2,2%
Áustria	80.000	1,6%
Suíça	76.000	1,5%
Portugal	30.000	0,6%
Outros UE + 3	182.000	3,7%
Total	4.944.000	100,0%

Fonte: *European Cruise Council*, 2010

Durante o ano de 2009 quase 5 milhões de residentes na Europa Ocidental realizaram um cruzeiro (Tabela 3.2). Os cinco principais mercados foram o Reino Unido, a Alemanha, a Itália, a Espanha e a França. Estes cinco países representam quase 87% do mercado europeu de cruzeiros (Tabela 3.2). Conforme os dados da Tabela 3.2 verifica-se que Portugal contribuiu com 0,6% da emissão de turistas de cruzeiros Europeus em 2009.

Tabela nº 3.3 – Número de passageiros por país de embarque na Europa, 2009

País	Passageiros	Representação no total
Itália	1.704.000	35,3%
Espanha	991.000	20,5%
Reino Unido	733.000	15,2%
Grécia	503.000	10,4%
Alemanha	273.000	5,7%
Dinamarca	240.000	5,0%
França	102.000	2,1%
Holanda	58.000	1,2%
Suécia	50.000	1,0%
Portugal	49.000	1,0%
Chipre	48.000	1,0%
Malta	14.000	0,3%
Outros UE+3	55.000	1,1%
UE+3	4.820.000	99,8%
Restante Europa	10.000	0,2%
Total	4.830.000	100,0%

Fonte: *European Cruise Council*, 2010

Nos portos Italianos de Veneza, Savona, Génova e Civitavecchia, embarcaram, em 2009, 1,7 milhões de passageiros (Tabela 3.3).

Em segundo lugar na listagem dos Países com maior número de passageiros embarcados surge a Espanha com pouco mais de 990.000 (Tabela 3.3), sendo que os Portos de Barcelona e de Palma de Maiorca foram os que receberam mais passageiros em embarque.

O Reino Unido ficou em terceiro lugar com 733.000 passageiros embarcados (Tabela 3.3). Os principais portos de embarque no Reino Unido foram Southampton e Dover.

Os três países que se seguem na Tabela 3.3 com mais passageiros embarcados foram a Grécia, a Alemanha e a Dinamarca. Os portos da Grécia permitiram o embarque de 503.000 passageiros, seguido dos portos Alemães com 273.000 passageiros embarcados e a Dinamarca com o embarque de 240.000 passageiros. O principal porto de embarque na Grécia foi o de Piréus, na Alemanha foram os portos de Hamburgo e o de Kiel e na Dinamarca o porto de Copenhaga.

Os embarques que decorreram em Portugal, no ano de 2009, representam 1% do total de embarques realizados em portos Europeus (Tabela 3.3).

Tabela 3.4 – Número de passageiros em escala nos portos Europeus, 2009

País	Passageiros	Representação no total
Grécia	4,973.000	20,9%
Itália	4.956.000	20,9%
Espanha	4.118.000	17,3%
França	1.851.000	7,8%
Noruega	1.672.000	7,0%
Portugal	825.000	3,5%
Dinamarca	524.000	2,2%
Suécia	514.000	2,2%
Reino Unido	454.000	1,9%
Estónia	416.000	1,8%
Malta	414.000	1,7%
Gibraltar	348.000	1,5%
Finlândia	329.000	1,4%
Alemanha	328.000	1,4%
Chipre	225.000	1,0%
Irlanda	160.000	0,7%
Polónia	153.000	0,6%
Islândia	144.000	0,6%
Holanda	113.000	0,5%
Outros UE+3	255.000	1,1%
UE+3	22.772.000	95,9%
Restante da Europa	984.000	4,1%
Total	23.756.000	100%

Fonte: *European Cruise Council*, 2010

A grande maioria dos portos de escala na Europa situa-se na região do Mediterrâneo e do Báltico. Pelos dez países mais visitados passaram 86% do total do número de turistas de cruzeiro que realizaram escalas em portos Europeus (Tabela 3.4). Os quatro países mais visitados por turistas de cruzeiros localizam-se no Mediterrâneo e são responsáveis por dois terços dos passageiros que visitaram portos Europeus.

3.3 Perfil sócio-demográfico e cultural dos participantes em cruzeiros

Segundo Amaral (2006), avaliar dados como a idade, sexo e estado civil dos passageiros, permite elaborar programas adequadas aos vários segmentos do mercado.

A média de idade dos passageiros de um cruzeiro tem, segundo Ward (2010), vindo a diminuir com o passar dos anos, sendo actualmente bem inferior a

40 anos para aqueles que realizam o seu primeiro cruzeiro. A idade média dos turistas de cruzeiros tende a diminuir, com base em factores como a maior diversidade de actividades a bordo, criadas para atrair turistas mais jovens e a diminuição dos custos relacionados com a realização de um cruzeiro (Amaral, 2006).

Segundo o “Estudo de viabilidade e definição do modelo de negócios para o novo terminal de cruzeiros do Porto de Leixões” (2007) o perfil de um turista de cruzeiro é apresentado como turistas Ingleses e Norte-Americanos, geralmente com mais de 50 anos, e que procuram um destino turístico com qualidade.

A investigação “Perfil do Turista de Cruzeiros” (2008) do Núcleo de Pesquisas e Estudos Socioeconómicos da Universidade de Santa Cecília, teve como objectivo conhecer o perfil dos turistas de cruzeiros que embarcavam e/ou desembarcavam dos seus cruzeiros no terminal de passageiros de Santos – Brasil. Dos oitocentos passageiros inquiridos, entre 12 de Janeiro e 1 de Março de 2008, 56,25% eram do sexo feminino, a faixa etária predominante foi a dos 40 aos 49 anos e 63,12% era casado. A nível da formação académica 56,13% possuíam formação superior completa e 94,5% dos turistas estava a realizar o cruzeiro acompanhado.

O estudo “Pesquisa de Turistas de Cruzeiros”, desenvolvido em pela Secretaria de Turismo do Município de Ushuaia (s/a) – Argentina, em 2006, teve como principal objectivo conhecer o comportamento dos turistas de cruzeiros, assim como, o seu nível de satisfação e expectativas face aos destinos turísticos visitados durante a realização dos cruzeiros. Foram aplicados trezentos e seis questionários, entre os meses de Fevereiro e Abril de 2006. Dos inquiridos a grande maioria era proveniente dos Estados Unidos (47,6%) e as faixas etárias mais representadas foram a de 60 a 64 anos (17,5%) e a de 70 a 74 anos (14%). De referir ainda, relativamente à idade dos inquiridos, que 17,5% tinha uma idade inferior ou igual a 44 anos. Dos turistas que participaram no estudo 55% eram do sexo masculino, e 51% já se encontravam reformados, estando 49% no activo. Dos inquiridos 70% já havia realizado pelo menos um cruzeiro anteriormente.

Segundo Amaral (2006) com base em dados da CLIA, 48 milhões de Americanos desejam um dia fazer um cruzeiro.

Turistas de cruzeiros nos portos Portugueses

Com base nos dados apresentados no “Relatório de actividade de tráfego de Cruzeiros” (APL, 2011), passaram em 2010 pelo Porto de Lisboa 448.497 turistas de cruzeiros, o que representa um aumento de 8% face a 2009, onde o número registado foi de 415.758. De salientar que entre 2006 e 2010 o número de turistas de cruzeiros a passar pelo Porto de Lisboa cresceu em 66%, de 270.893 para 448.497.

Quanto à origem por continente dos turistas de cruzeiros que passaram, em 2010, pelo Porto de Lisboa a grande maioria dos turistas 82% eram provenientes da Europa (um aumento de 7% em relação a 2009), 16,4% do continente Americano, 1% da Oceânia, 0,5% da Ásia e 0,1% de África (APL, 2011).

Em relação ao mercado Europeu a grande maioria dos turistas de cruzeiros Europeus que passaram pelo Porto de Lisboa, em 2010, foram os Ingleses que chegaram a 191.923, o que representa um aumento da quota de mercado para 43% em 2010 quando em 2009 havia sido de 35%, com 146.441 turistas de origem Inglesa (APL, 2011). Este crescimento do mercado Inglês ficou a dever-se ao aumento do número de escalas realizadas em Lisboa pelo operador Inglês *P&O Cruises*, cujos passageiros são na sua grande maioria Ingleses, e também ao facto do navio de cruzeiros “*Independence of the Seas*”, que fez 14 escalas em Lisboa, em 2010, ter passado a transportar na sua maioria Ingleses, quando anteriormente a principal nacionalidade a bordo era a Americana (APL, 2011).

De entre os turistas que visitaram o Porto de Lisboa no ano de 2010, a nacionalidade Alemã foi a segunda mais representada, lugar que era ocupado pelo mercado Norte-Americano. Em 2010, 65.315 passageiros Alemães passaram pelo Porto de Lisboa, o que representa um aumento de 71% face a 2009 (APL, 2011).

O mercado Norte-Americano passou da segunda posição que ocupava em 2009 para a terceira posição em 2010. Em 2010 passaram pelo Porto de Lisboa 60.890 turistas de cruzeiros de origem Norte-Americana, o que representa um decréscimo de 31% em relação a 2009 (APL, 2011).

A nacionalidade Italiana manteve a quarta posição com 30.339 passageiros, tendo contudo registado uma diminuição de 21% em relação a 2009 (APL, 2011).

O mercado Português, que em 2009 tinha ocupado a terceira posição com 45.359 passageiros, passou em 2010 para o quinto lugar com 28.234, o que representa um decréscimo de 38% (APL, 2011). Esta diminuição ficou a dever-se sobretudo ao decréscimo do número de embarques/desembarques de passageiros Portugueses.

Segundo o “Inquérito a Passageiros Internacionais de Cruzeiros”, promovido pelo Observatório de Turismo de Lisboa e a Administração do Porto de Lisboa, realizado no ano de 2010, o perfil geral de um turista de cruzeiros internacional que chega ao Porto de Lisboa é de alguém com idade média de 57,7 anos, casado e sem filhos (80,6%). Dos inquiridos 58,7% eram do sexo masculino, 92,3% possuía pelo menos um grau académico e 89,3% estavam a realizar o cruzeiro acompanhados pelo marido/mulher/companheiro(a). Dos turistas inquiridos 48,8% eram reformados (APL, 2011).

Alguns itinerários mais específicos como o Alasca, Norte da Europa, e a travessia do Canal do Panamá atraem Turistas mais velhos, ao contrário, de itinerários realizados na América do Sul, Caraíbas e Mediterrâneo são procurados por um maior número de jovens.

A preocupação com as viagens familiares levou as companhias de cruzeiro a conceber ou a transformar as suas estruturas para a presença de crianças e jovens a bordo, assim como, hoje em dia a bordo da maioria dos cruzeiros é possível encontrar o serviço de *baby-sitting*, que permite aos pais usufruir do cruzeiro.

3.4. Motivações

Swanson e Horridge (2006) mencionam que a motivação para viajar se relaciona com um conjunto de necessidades que levam alguém a participar numa determinada actividade turística (Pizman *et al*, 1979). Os turistas viajam por

diferentes razões como espirituais, status social, evasão, e enriquecimento cultural (Goeldner *et al*, 2000).

Swanson e Horridge (2006) referem Crompton (1979), que isolou nove motivações para viajar: fuga do dia-a-dia, explorar, relaxar, prestígio, regressão, reforço das relações familiares, facilitação da interacção social, educação e novidade. Os mesmos autores mencionam também Loker e Perdue (1992), que utilizaram as diferentes motivações para viajar para segmentar os tipos de turistas: entusiasmo e escape, em busca da adrenalina pura, orientados para a família e amigos, naturalistas e os que englobam os que gostam de todos os benefícios.

Edmunds e Lomine (2007) referem Cartwright e Bird (1999), que apresentavam três principais razões para a realização de um cruzeiro: relaxamento, segurança e o *status* social em participar num cruzeiro.

Segundo o “Inquérito a Passageiros Internacionais de Cruzeiros”, promovido pelo Observatório de Turismo de Lisboa e a Administração do Porto de Lisboa, realizado no ano de 2010, as motivações apresentadas pelos turistas inquiridos para a realização do cruzeiro foram o entretenimento (92,7%), aliviar o stress (20,8%), fazer amigos (7,7%), o contacto com o mar (4,4%), conviver (2,4%), saúde e bem-estar (1,8%) e razões profissionais (0,8%).

Em 1993, a *Pacific Asia Travel Association* realizou um estudo com o intuito de conhecer o interesse dos turistas de Hong Kong em relação à realização de cruzeiros na região Pacífico-Ásia. Com este estudo tentou-se determinar qual o perfil, motivações e grau de interesse, dos turistas de Hong Kong interessados em realizar um cruzeiro. Neste sentido, foram identificadas seis categorias de motivações: “*Self-indulgent*”, “*Cultural relaxation seekers*”, “*Cultural experience seekers*”, “*Beach fun lovers*”, “*Modern enthusiasts*” e “*Anthropologists*”.

Qu e Ping (1999) referem com base na sua investigação por questionário que limitações geográficas e a necessidade de se afastarem do ritmo e do stress do dia-a-dia em Hong Kong serviram como factores de motivação para a exploração de novas aventuras. O estudo identificou as principais motivações para viajar por parte dos turistas de cruzeiros de Hong Kong: fuga da rotina do dia-a-dia, convívio social e a beleza da envolvência e do cenário.

Hosany e Witham (2010) mencionam que a experiência de realizar um cruzeiro proporciona um total escape, transporte seguro para destinos exóticos, entretenimento do estilo Las Vegas, um serviço atencioso e de luxo, comida e bebida de qualidade, características inovadoras a bordo, estética inspiradora, entre outros. Os autores referem ainda Cartwright e Bird (1999), que salientaram que um dos motivos mais comuns citados para escolher um cruzeiro enquanto férias é receber um tratamento de luxo e a diversão.

3.5. Comportamento em viagem e nos destinos

3.5.1. Comportamento no navio

Segundo o “Inquérito a Passageiros Internacionais de Cruzeiros”, promovido pelo Observatório de Turismo de Lisboa e a Administração do Porto de Lisboa, realizado no ano de 2010, 37,1% dos passageiros inquiridos estava a realizar o seu primeiro cruzeiro, tendo 61,3% realizado anteriormente um ou mais cruzeiros. A principal fonte de informação sobre o cruzeiro foi uma Agência de Viagens (53%). Os três principais factores que tiveram peso na escolha do cruzeiro em questão foram as condições do alojamento a bordo, a possibilidade de descanso a bordo e o conjunto de cidades a visitar pelo cruzeiro. Dos inquiridos 39,3% afirmaram que seria pouco provável a realização do cruzeiro caso a cidade de Lisboa não estivesse incluída no itinerário, sendo que 12,6% teriam mesmo optado por não realizar o cruzeiro. Dos passageiros inquiridos 64,2% fez a reserva do seu cruzeiro através de uma Agência de Viagens e 5,9% directamente no site da companhia de cruzeiro.

Quanto às actividades realizadas no cruzeiro 39,1% dos inquiridos frequentaram os bares a bordo do navio, 36,0% a oferta teatral, 33,4% o salão de jogos, 32,8% o casino, 30,7% o ginásio e 26,8% participaram nas animações de grupo (Observatório do Turismo de Lisboa, 2011).

Segundo os dados do estudo “Pesquisa de Turistas de Cruzeiros”, desenvolvido em Ushuaia – Argentina, em 2006, pela Secretaria de Estado de

Ushuaia, 59,8% dos inquiridos recebeu a bordo do seu cruzeiro informação sobre aquele destino, e 39,2% classificaram a informação recebida como boa.

3.3.2.Comportamento nos portos

Portugal é um destino acessível, onde os preços praticados são habitualmente menores do que os de outros locais Europeus, o que pode funcionar como uma mais-valia na atracção de turistas de cruzeiros, sobretudo do segmento de turismo de massas, com um poder de compra mais reduzido (Porto de Leixões, 2007).

Segundo Alves e Silva (2005), uma percentagem de 30% a 40% dos turistas que realizam um cruzeiro, opta por não participar em excursões organizadas, ficando no navio ou preferindo visitar os destinos pelos seus próprios meios. O facto de uma percentagem elevada de turistas de cruzeiros optar por visitar os portos de escala pelos seus meios destaca a necessidade dos terminais de cruzeiros possuírem instalações com qualidade e acesso fácil a meios de transporte.

Com base nos dados resultantes do inquérito realizado junto dos passageiros internacionais, em 2010, no Porto de Lisboa, 46,5% dos inquiridos realizou apenas algumas das excursões organizadas enquanto 43,2% optaram por participar em todas as excursões programadas,

Com base nos dados do estudo “Pesquisa de Turistas de Cruzeiros”, desenvolvido em Ushuaia – Argentina, em 2006, pela Secretaria de Estado de Ushuaia, cinco em cada dez turistas de cruzeiros realizaram um passeio pelo centro da cidade, quatro fazem compras e algum tipo de excursão e um apreciou uma visita cultural ou a gastronomia local.

Segundo o “Inquérito a Passageiros Internacionais de Cruzeiros”, promovido pelo Observatório de Turismo de Lisboa e a Administração do Porto de Lisboa, realizado no ano de 2010, 50,5% dos inquiridos optou por visitar Lisboa pelos seus próprios meios, enquanto 48,8% optou por fazer a visita através de uma excursão. Os inquiridos referiram que tomaram conhecimento da cidade de Lisboa através de, entre outros, os seguintes meios: informações disponibilizadas

a bordo, a opinião de amigos/família, a *internet* e agências de viagens. O meio de transporte mais utilizado pelos inquiridos foi o *shuttle* (76,7%), seguido do táxi (31,1%) e a pé (21,1%). Ainda com base no mesmo estudo, 68,6% dos inquiridos comprou vinho (54,3%), postais (53,3%), pastelaria (46,5%). De referir ainda que em termos médios os passageiros inquiridos realizaram uma despesa individual de cerca de 60,08€ durante a escala em Lisboa.

Segundo um estudo sobre o perfil dos turistas de cruzeiros, realizado entre Outubro de 2007 e Abril de 2009, na região de Arica e Parinacota – Chile, os serviços que devem existir num terminal de cruzeiros considerados mais importantes pelos inquiridos são uma zona de comunicações, uma loja de *souvenirs*, informação turística e transporte local. Ainda segundo este estudo, realizado junto de 289 passageiros, 23% dos inquiridos gastou entre \$0-20 dólares por pessoa, 21% entre \$41-60 e apenas 7% mais de \$200. Do valor gasto pelos inquiridos 22% comprou artesanato, 21% *souvenirs* e 11% nos gastos com a excursão.

3.6. Avaliação da Satisfação

3.6.1. Cruzeiro

Qu e Ping (1999) concluíram que o nível de satisfação de um turista se encontra relacionado com as suas necessidades e com os objectivos de viagem. Nem todos os turistas conseguem atingir o mesmo nível de satisfação com um determinado produto turístico, sendo por isso relevante compreender as motivações que correspondem aos diferentes níveis de satisfação.

Com base em pesquisas da CLIA, referenciadas por Amaral (2006), o grau de satisfação dos turistas de cruzeiro é elevado, sendo que nove em cada dez desejaria realizar um novo cruzeiro.

Segundo Dickinson e Vladimir (2008) o grau de satisfação dos turistas de cruzeiros é elevado, com uma taxa de 60 a 65% de repetição. Os autores referem ainda que embora existam, na maioria das viagens, passageiros que optam por ficar a bordo durante as escalas, a maioria prefere sair e explorar os destinos.

Segundo o “Inquérito a Passageiros Internacionais de Cruzeiros”, promovido pelo Observatório de Turismo de Lisboa e a Administração do Porto de Lisboa, realizado no ano de 2010, o grau de satisfação médio dos inquiridos para com o cruzeiro era de 7,9 (numa escala de 1 a 10).

Na maioria dos casos a experiência supera as expectativas dos turistas, sendo esta indústria uma das que apresenta maior nível de satisfação por parte dos seus clientes (Amaral, 2006).

Segundo Qu e Ping (1999), a maioria dos turistas de cruzeiros de Hong Kong estava satisfeito com os serviços oferecidos nos cruzeiros realizados.

Hosany e Witham (2010) referem Petrick (2004), que por sua vez salienta que os turistas de cruzeiros com elevado grau de satisfação com o cruzeiro podem exercer um impacto positivo com o “passa a palavra” sobre o produto.

3.6.2. Destino

Com base nos dados do estudo “Pesquisa de Turistas de Cruzeiros”, desenvolvido em Ushuaia – Argentina, em 2006, pela Secretaria de Estado de Ushuaia, 63,4% dos inquiridos afirmou que as expectativas quanto ao destino foram cumpridas, sendo que 20,6% indicaram que uma das razões que tinha levado a essa opinião era o facto de o destino ser ainda mais bonito e com mais atracções do que imaginavam.

Com base nos dados resultantes do inquérito realizado junto dos passageiros internacionais, em 2010, no Porto de Lisboa, os principais factores apreciados no destino foram a segurança, a higiene e limpeza, o clima, os preços e a qualidade dos serviços de acolhimento a passageiros no porto. Os inquiridos classificaram o seu grau de satisfação com a visita a Lisboa com 7,4 numa escala de 1 a 10.

3.7. Avaliação da fidelização

3.7.1. Cruzeiro

Segundo Amaral (2006), dada a grande variedade na oferta encontrada a bordo, em sectores como a animação, serviços e actividades, os cruzeiros conseguem satisfazer diferentes tipos de passageiros, promovendo também o desejo de realizar um novo cruzeiro.

Para Douglas *et al* (2010) várias companhias de cruzeiros reconhecem a importância e o valor de um cliente que repita a experiência mais do que uma vez, tentando aumentar a ligação oferecendo “programas de lealdade”. Os autores referem que estes programas têm sido defendidos pela indústria, em especial depois de vários estudos terem demonstrado que a lealdade/fidelização é o factor que mais influencia o valor global de uma marca (Duffy e Hooper, 2003).

3.7.2. Destino

Segundo o “Inquérito a Passageiros Internacionais de Cruzeiros”, promovido pelo Observatório de Turismo de Lisboa e a Administração do Porto de Lisboa, realizado no ano de 2010, 5% dos inquiridos pretende regressar a Lisboa em cruzeiros e 6,6% pretende regressar com recurso a outro tipo de viagens turísticas. Com base no estudo referido 98,6% dos entrevistados recomendam Lisboa como ponto de escala de um cruzeiro e o mesmo número recomenda Lisboa como destino turístico.

Gabe *et al* (2006) referem que 33,4% dos inquiridos no seu estudo (886 questionários), pretendiam regressar a Bar Harbor (Estados Unidos) nos próximos dois anos. Dos inquiridos 74,3% estava a visitar Bar Harbor pela primeira vez e desses 31,7% pretendia regressar, comparativamente a estes 38,3% dos turistas de cruzeiros inquiridos que já tinham visitado a região, afirmaram que pretendiam regressar. Dos 71 respondentes que já tinham estado em Bar Harbor em mais do que duas vezes, 54,3% pretendiam regressar novamente. Os autores referem os resultados obtidos por Moutinho e Trimble (1991), que concluíram que turistas

que já tenham visitado um determinado destino têm mais probabilidade de expressar a sua intenção de regressar ao local, comparativamente com turistas que estejam a visitar um destino pela primeira vez.

A duração de uma escala de um navio de cruzeiro num determinado destino tem impacto na decisão de um turista regressar ou não a esse destino. Em termos médios, por cada minuto a mais que cada turista passe em Bar Harbor ocorre um aumento de 0,0005 na probabilidade de regressar, o que quer dizer que, por exemplo, mais uma hora de duração de uma escala aumenta em 2,86% a probabilidade de um turista regressar (Gabe *et al*, 2006).

Já a idade do turista representa um efeito negativo na probabilidade de regressar ao local. Em termos médios por cada ano de idade adicional a probabilidade de voltar a Bar Harbor diminui em 0,37% (Gabe *et al*, 2006). O estudo destes autores concluiu ainda que o rendimento familiar dos inquiridos não é relevante na decisão de regressar a Bar Harbor, sendo que pelo contrário a distância entre o país de residência do inquirido e Bar Harbor tem um efeito negativo na probabilidade de regressar.

Carolina e Pau (2010), realizaram um estudo sobre a possibilidade dos turistas de cruzeiros visitarem novamente Curaçao (Caraíbas), tendo concluído:

- o número de horas passados em Curaçao tem um impacto positivo na probabilidade de um turista de cruzeiro regressar;
- os restaurantes e bares da região funcionam como boas ferramentas de marketing da ilha;
- estar empregado é um factor fundamental para que um turista de cruzeiro regresse para passar férias em Curaçao;
- turistas de cruzeiros recorrentes têm mais probabilidade de regressar como turista à ilha;
- os turistas de cruzeiros que recebam informações em terra têm mais probabilidade de regressar;
- a probabilidade de turistas de cruzeiros com altos rendimentos regressarem é mais reduzida;
- os turistas de cruzeiros com mais habilitações literárias têm menos probabilidade de regressar.

3.8. Conclusão

Ao longo deste capítulo procurou-se principalmente apresentar um quadro de caracterização do mercado da indústria de cruzeiros.

Observou-se que o número de turistas que anualmente realiza um cruzeiro tem vindo a aumentar consideravelmente nas últimas décadas, tendo o seu perfil sofrido alterações.

Observou-se, igualmente, que os principais mercados emissores de turistas de cruzeiros são o Norte-Americano e o Reino Unido, estando a verificar-se que a média de idade de um turista de cruzeiro tem vindo consideravelmente a diminuir.

Em 2010 cerca de 18,8 milhões de pessoas realizaram um cruzeiro (Wild, 2011), tendo várias motivações como o fugir do *stress* e da rotina do dia-a-dia, a beleza do cenário, a diversão, e o contacto com outras culturas.

Neste capítulo apresenta-se igualmente o comportamento em viagem e no destino dos turistas de cruzeiros, e que se encontram relacionados com o seu perfil e motivações. De referir que no destino os turistas optam por uma excursão organizada ou por visitar o ponto de escala pelos seus próprios meios.

Observou-se que o grau de satisfação com um cruzeiro é geralmente elevado, o que se reflecte numa taxa de repetição da experiência igualmente alta. O facto do grau de satisfação com o cruzeiro ser elevado pode, para além do impacto positivo na fidelização do turista em questão, ter igualmente efeitos benéficos para as companhias devido ao “passa a palavra” resultante da satisfação com a experiência.

Relativamente ao grau de fidelização com os destinos visitados este revela-se muito importante não só para as companhias de cruzeiros mas também para os destinos. Ao realizar uma escala num determinado ponto do itinerário de um cruzeiro um turista fica a conhecer superficialmente esse determinado local. Essa experiência poderá incentivar o turista a visitar novamente esse destino quer em cruzeiro quer por outros meios. Já o grau de fidelização com o cruzeiro revela-se essencial para o sucesso das companhias de cruzeiro, pois muitos turistas optam

por repetir a experiência ou no mesmo navio ou em navios da mesma companhia, o que se reflecte obviamente nos lucros dessa companhia.

Capítulo 4 – O Porto de Leixões

4.1. Introdução

O presente projecto de investigação centra-se caracterização dos turistas de cruzeiros cujos navios visitam o Porto de Leixões, como tal consideramos essencial a inclusão de um capítulo dedicado exclusivamente ao Porto de Leixões.

Em 2010, o Porto de Leixões recebeu quarenta e nove navios de cruzeiro e 27.495 turistas de cruzeiros. Estes números referem-se ao tráfego que passou pela estação de passageiros do Porto de Leixões, existente em Leça da Palmeira, que permite a atracagem de navios até 250m de comprimento.

A 28 de Abril de 2011 decorreu a inauguração do novo cais de cruzeiros que se insere na obra de construção do novo terminal de cruzeiros de Leixões, tendo nas duas semanas seguintes à sua inauguração passado por Leixões nove navios de cruzeiro, com 7.000 turistas a bordo, 2.500 tripulantes. De referir ainda que mais de 200 passageiros, na sua maioria Portugueses, embarcaram no navio “*Empress*”, da companhia “*Pullmantur*” em Leixões.

Neste capítulo pretendemos apresentar o Porto de Leixões, desde os seus principais sectores de actividade, à actual estação de passageiros e ao novo terminal de cruzeiros.

Num primeiro momento caracterizamos o Porto de Leixões, a sua localização, a caracterização dos principais cais, terminais e a respectiva actividade portuária.

De seguida apresentamos o sector do turismo de cruzeiros no Porto de Leixões com a estação de passageiros e o novo terminal de cruzeiros de Leixões.

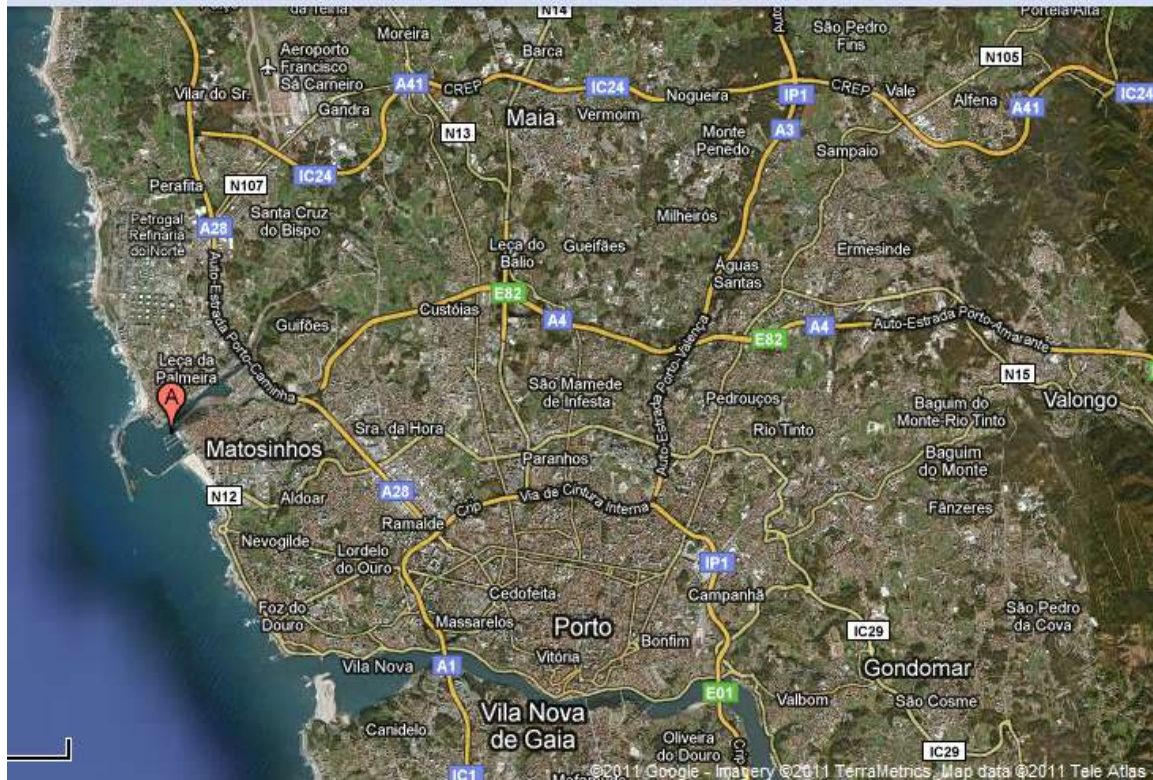
Num último ponto analisamos a articulação do Porto de Leixões com o sector turístico da Região Porto/Norte de Portugal.

4.2. O Porto de Leixões

O Porto de Leixões é a maior infra-estrutura portuária do Norte de Portugal, localizando-se no Noroeste da Península Ibérica, a cerca de 2,5 milhas a norte da

foz do Douro, estando enquadrado a norte por Leça da Palmeira e a Sul por Matosinhos (APDL, 2010).

Figura nº 4.1: Localização geográfica do Porto de Leixões (A)



Fonte: <http://maps.google.com/>, 2011

A área ocupada pelo Porto de Leixões é constituída por 5 Km de Cais, 55 ha de terraplanos e 120 ha de área molhada, apresentando boas acessibilidades marítimas, rodoviárias e ferroviárias (APDL, 2010).

Figura nº4.2: Vista aérea do Porto de Leixões (anterior à construção do novo cais de cruzeiros)



Fonte: <https://www.apdl.pt/gca/index.php?id=540>, 2011

Segundo Alves (2003), a decisão de construir um porto em Leixões tornou-se inevitável quando a 30 de Março de 1852 ocorreu o naufrágio do vapor “Porto”. O mesmo autor refere que a 3 de Abril de 1852 o governo deu indicações para “proceder aos trabalhos necessários para a formação de um porto artificial ao norte do rio Douro, na localidade mais conveniente”. O autor refere ainda que a 20 de Junho de 1883 deu-se a aprovação do projecto definitivo do porto, tendo a 23 de Outubro de 1883 decorrido a abertura de concurso para a empreitada, que foi adjudicada à empresa “*Duparchy & Dauderny*”. Segundo este autor as obras de construção ficaram concluídas a 31 de Dezembro de 1892.

Alves (2003) acrescenta que ao longo de vários anos o porto foi sofrendo várias intervenções até se transformar num grande porto comercial. O autor salienta algumas dessas obras como: posto de desinfecção (1900-1905), cais interiores do porto de abrigo (1917), doca nº1 (1940), doca nº2 e ponte móvel (1955-60), porto de pesca (1959-63), doca nº 4 (1974-82), a via de cintura portuária e entre 1996 e 2001 a modernização tecnológica do Porto de Leixões.

A construção do Porto de Leixões é, segundo uma publicação da Câmara Municipal de Matosinhos (2008), considerada por muitos a grande obra de engenharia executada em Portugal no século XIX.

O Porto de Leixões opera 365 dias por ano, movimentando 15 milhões de toneladas de mercadorias/ano, e corresponde a 25% do comércio externo Português por via marítima (APDL, 2010).

Este porto marítimo dispõe de modernos equipamentos e de desenvolvidos sistemas informáticos de gestão de navios, apresentando altos níveis de produtividade e permitindo um reduzido tempo de permanência dos navios nos cais. A barra encontra-se permanentemente aberta ao tráfego portuário, sem condicionamentos de acesso por efeito das marés.

Por Leixões passam anualmente cerca de 3 mil navios, transportando todo o tipo de cargas, com relevo para: têxteis, granitos, vinhos, madeira, automóveis, cereais, contentores, sucata, ferro e aço, álcool, aguardente, açucares, óleos, melaços, produtos petrolíferos (APDL, 2010). Empresas concessionárias, dotadas dos mais modernos equipamentos, são responsáveis pela quase totalidade das movimentações de mercadorias em Leixões.

Os serviços de pilotagem, reboque e amarração são assegurados pela Autoridade Portuária, que disponibiliza os meios e equipamentos necessários. Para além de mercadorias o Porto de Leixões recebe ainda navios de cruzeiros, vindos de todas as partes do mundo.

Dos cais e terminais existentes no Porto de Leixões destacam-se os cais convencionais de carga geral e granéis sólidos, cais de movimentação de granéis líquidos, terminal de petroleiros, terminal de contentores, terminal *roll-on/roll-off*, terminal multiusos, doca de recreio, porto de pesca, instalações especializadas, a estação de passageiros (APDL, 2010) e o recente novo cais de cruzeiros.

Os cais convencionais de carga geral e granéis sólidos compreendem a Doca 1 (Norte e Sul), a Doca 2 (Norte e Sul), e ainda a Doca 4 Norte (também designada por terminal de granéis agro-alimentares), sendo que apenas a Doca 1 Norte não se encontra concessionada à TCGL – Terminal de Carga Geral e Granéis de Leixões, SA. Nestes cais são transaccionados vários tipos de mercadorias como madeira em bruto, prensado e serrado, ferro/aço, pedras de granito, o algodão, a cortiça, o alumínio, o chumbo, o zinco, os automóveis, os chassis, sucata e granéis agro-alimentares, máquinas e cargas de projecto (APDL, 2011). Em relação aos granéis sólidos agro-alimentares estes são

transaccionados na sua maioria no terminal cerealífero situado na Doca 4 Norte (APDL, 2011).

No cais de movimentação de granéis líquidos do Porto de Leixões (Figura 4.3) são transaccionados granéis líquidos destinados à refinaria da Petrogal, à CEPSA, à REPSOL e à ED&FMAN. Além do terminal petroleiro existem em Leixões outros locais passíveis de serem utilizados para a transacção de outros tipos de granéis líquidos, mais especificamente no Molhe Sul, na Doca 1 Sul e na Doca 2 Sul.

Figura nº 4.3: Cais de movimentação de granéis líquidos do Porto de Leixões



Fonte: www.apdl.pt, 2011

O terminal petroleiro existente no Porto de Leixões encontra-se concessionado à Petrogal – Petróleos de Portugal SA.

No Porto de Leixões existem dois terminais de contentores (Figura 4.4) que se encontram concessionados à empresa TCL – Terminal de Contentores de Leixões SA, desde o mês de Dezembro de 1999 e por um período de 25 anos.

Figura nº 4.4: Terminal de contentores do Porto de Leixões



Fonte: www.apdl.pt, 2011

O Terminal *Roll-on/Roll-off* oferece uma plataforma fixa destinada ao tráfego *ro-ro* que semanalmente chega a Leixões. As principais mercadorias são automóveis, camiões e *trailers* com o todo o tipo de mercadorias.

O recente Terminal Multiusos destina-se essencialmente ao tráfego *ro-ro*, potenciando o desenvolvimento das auto-estradas do mar a partir de Leixões.

Figura nº 4.5: Terminal Multiusos do Porto de Leixões



Fonte: www.apdl.pt, 2011

A doca de recreio localiza-se no enraizamento do Molhe Norte do Porto de Leixões e encontra-se concessionado à Associação de Clubes Marina Porto Atlântico.

O Porto de pesca encontra-se localizado em Matosinhos encontra-se concessionado à Docapesca – Portos e Lotas S.A.

Como instalações especializadas destacam-se silos, depósitos e armazéns. A empresa Silos de Leixões – Unipessoal, Lda. opera numa área de 2,3 ha, encontrando-se os silos vocacionados para o armazenamento de cereais, derivados, oleaginosas e outros produtos alimentares, possuindo capacidade para 120.000 toneladas (APDL, 2011). Existe também no Porto de Leixões depósito de produtos petrolíferos a granel e depósito de melaços e derivados com uma área de 1,790 m², encontra-se situado no Molhe Sul, possuindo um tanque destinado ao armazenamento de produtos líquidos e granel com fins alimentares e industriais, essencialmente melaço e os seus derivados. De referir que estas instalações se encontram licenciadas à empresa ED&FMAN Portugal (APDL, 2011). Os quatro armazéns para recepção e expedição de cimento a granel

encontram-se localizados na Doca 1 Sul, encontrando-se licenciados à SECIL – Companhia Geral de Cal e Cimento, S.A. e CIMPOR – Indústria de Cimentos, S.A., e ocupam uma área de 2.500 m² (APDL, 2011).

Em 2004 foi desenvolvido o “Plano estratégico de desenvolvimento do Porto de Leixões”, onde se encontram medidas como a consolidação e a promoção da marca “Porto de Leixões”, numa perspectiva integrada e consequente; como o reforço das condições de integração na envolvente urbana e de acessibilidade e a vontade de dotar o Porto de Leixões com as condições materiais e imateriais de apoio à sua actividade.

4.3. O turismo de cruzeiros no Porto de Leixões

4.3.1. A actual estação de passageiros

Apresentação da estação de passageiros e suas características

Segundo Alves e Sousa (2002), até à década de 1950 o movimento de passageiros em Leixões era caracterizado essencialmente por fluxos emigratórios, com destino transatlântico. Já na década de 1950 este movimento tornou-se cada vez mais intra-europeu, o que juntamente com a revolução do transporte aéreo e do facto dos grandes navios transatlânticos não conseguirem entrar no porto, fez com que o número de passageiros em Leixões diminuísse.

Alves e Sousa (2002) referem ainda que com o objectivo de permitir a Leixões um novo posicionamento no mercado de passageiros procedeu-se à construção de uma estação de passageiros, com projecto da autoria dos arquitectos Francisco Figueiredo e Fernando Távora, e com execução directa da APDL. A construção da estação de passageiros decorreu em 1957-1958, tendo sido inaugurada a 8 de Abril de 1961.

A construção da nova estação de passageiros foi muito importante, o que juntamente com o crescimento das docas, se reflectiu num incremento do fluxo de passageiros, sendo o Norte do país o principal ponto emissor de emigrantes, que

nesta altura também já tinham como destino o Ultramar Português (Alves e Sousa, 2002).

A estação de passageiros de Leixões encontra-se situada na Doca 1 Norte do Porto de Leixões (Figura 4.8), ocupando uma área de 840m² sendo o seu edifício, com uma construção em madeira similar ao casco de um navio, um exemplar arquitectónico dos anos 60, sendo classificada como Património Arquitectónico da cidade de Matosinhos (APDL, 2011).

Figura nº 4.6: Interior da estação de passageiros do Porto de Leixões



Fonte: www.apdl.pt, 2011

Figura nº 4.7: Estação de passageiros do Porto de Leixões



Fonte: www.apdl.pt, 2011

Figura nº 4.8: Localização da estação de passageiros do Porto de Leixões



Fonte: www.apdl.pt, 2011

O cais acostável da estação de passageiros do Porto de Leixões mede 300m, com fundos de -10m, o que permite receber navios até 250m de comprimento (APDL, 2011).

Para os navios encontram-se disponíveis serviços de apoio como abastecimento, recolha de resíduos e mantimentos (APDL, 2011).

A estação de passageiros não apresenta número limite de passageiros em trânsito, contudo para turistas em *turnaround* a limitação é de 750 passageiros (APDL, 2011).

Os turistas de cruzeiros que realizem escala ou *turnaround* no Porto de Leixões encontram várias facilidades na estação de passageiros como posto de informação turística (Inglês, Francês e Alemão), câmbios, telefone público, wc's públicos (APDL, 2011).

Os autocarros turísticos referentes às excursões programadas têm autorização para entrar no perímetro do Porto de Leixões tendo disponível um parque de estacionamento, com uma área de 1060m² (APDL, 2011), situado mesmo ao lado da estação de passageiros.

Após desembarcarem do navio, os turistas dão entrada na estação de passageiros, onde encontram indicações que orientam para a direcção correcta conforme optaram por realizar uma excursão organizada, ou visitar a Região pelos seus próprios meios.

Os turistas que realizem uma excursão organizada são encaminhados para a zona de estacionamento (Figura 4.9) onde encontrarão os respectivos autocarros turísticos, enquanto os restantes turistas saem da estação de passageiros por uma outra zona que dá acesso ao portão (Figura 4.10) de ligação à cidade de Leça da Palmeira.

Figura nº 4.9: Estacionamento situado junto à estação de passageiros do Porto de Leixões utilizado pelos autocarros turísticos



Fonte: Elaboração própria

Os turistas de cruzeiros que prefiram visitar a Região pelos seus próprios meios podem usufruir da proximidade de uma praça de táxis (Figura 4.11), de uma paragem de autocarros (Figura 4.12) e do metro. De referir que para chegar ao metro os turistas necessitam de caminhar cerca de 15 minutos até à estação de metro mais próxima (“Mercado” ou “Sr. de Matosinhos” da linha “A “ do Metro do Porto).

Figura nº 4.10: Portão de acesso a Leça da Palmeira



Fonte: Elaboração própria

Figura nº 4.11: Praça de táxis (em frente à estação de passageiros do Porto de Leixões)



Fonte: Elaboração própria

Figura nº 4.12: Paragens de autocarro situadas junto à estação de passageiros do Porto de Leixões



Fonte: Elaboração própria

Os turistas que optem por visitar a Região pelos seus próprios meios poderão optar por realizar também uma viagem em autocarro especial (*shuttle hop-on/hop-off*) tendo à disposição três itinerários: “Porto Antigo”, “Porto dos Castelos” e “Porto das Pontes” (APDL, 2011).

Estatísticas sobre o turismo de cruzeiros no Porto de Leixões

Todos os anos dezenas de navios de cruzeiros e milhares de turistas de cruzeiros passam pelo Porto de Leixões e pela sua estação de passageiros.

Anualmente, o Porto de Leixões recebe em média 23.000 passageiros, chegados em navios de várias origens e com diferentes destinos (APDL, 2010).

A localização geográfica do Porto de Leixões coloca-o na rota dos cruzeiros, com destaque para as rotas que incluem as ilhas Atlânticas, e as rotas de posicionamento entre o Báltico e o Mediterrâneo e vice-versa.

Alves e Silva (2005) referem que o facto do destino Porto/Leixões ser ainda recente no mercado de cruzeiros poderá funcionar como uma mais-valia sendo uma novidade, e sendo assim mais facilmente promovido.

Actualmente o Porto de Leixões tem uma cota de mercado essencialmente a nível de porto de escala, contudo em Setembro de 2009, realizou-se um cruzeiro *turnaround* (Figura 4.13), promovido pela companhia *Classic International Cruise*, onde 650 passageiros realizaram um cruzeiro a bordo do navio “*Princess Danae*” (APDL, 2011).

Figura nº 4.13: Imagens do primeiro *turnaround* no Porto de Leixões, em 2009



Fonte: APDL, 2011

Na Tabela 4.1 apresentamos estatísticas no que concerne o movimento de navios de cruzeiro e do respectivo número de turistas a bordo, que passaram pelo Porto de Leixões, no período de 1992 a 2010.

Conclui-se que nos últimos 18 anos o número de navios de cruzeiros e de passageiros não foi constante, tendo os navios de cruzeiros em porto variado entre os 24 e os 67 navios, enquanto o número de passageiros flutuou entre 7010 e os 27494. De salientar, e com base nos dados da Tabela 4.1, que o ano de 2010 foi o melhor de sempre a nível de número de turistas de cruzeiros.

Tabela nº 4.1: Estatísticas de navios de cruzeiros e passageiros no Porto de Leixões (1992/2010)

Ano	Número de navios	Passageiros
2010	49	27.494
2009	38	17.624
2008	54	25.465
2007	41	15.863
2006	45	20.629
2005	50	17.716
2004	67	21.883
2003	62	22.764
2002	46	17.901
2001	35	11 617
2000	43	15 065
1999	30	9 011
1998	36	12 435
1997	31	11 695
1996	31	8 206
1995	25	7 010
1994	24	7 172
1993	29	13 646
1992	30	13 750

Fonte: APDL, 2011

No ano de 2010 passaram pelo Porto de Leixões dezenas de navios de cruzeiros de diversas companhias (Tabela 4.2), com destaque para a “*Fred Olsen Cruise Lines*” – com onze escalas, a “*Cruise & Maritime Voyages*” – com cinco escalas e a “*Saga Shipping*” – com quatro escalas.

Tabela nº 4.2: Companhias de cruzeiro dos navios que passaram pelo Porto de Leixões em 2010

Companhia de cruzeiro	Nº de escalas
<i>Holland America Line</i>	1
<i>Fred Olsen Cruise Lines</i>	11
<i>Hurtigrutten</i>	1
<i>Saga Shipping</i>	4
<i>Cruise & Maritime Voyages</i>	5
<i>Silversea Cruises</i>	2
<i>Crystal Cruise</i>	1
<i>Pullmantur</i>	1
<i>Phoenix Seereisen</i>	1
<i>Sea Cloud Cruises</i>	2
<i>Ponant Cruises</i>	1
<i>Oceania Cruises</i>	3
<i>Swan Hellenic</i>	2
<i>Classic International Cruise</i>	1
<i>Compagnie des îles du Ponant</i>	1
<i>Cruise West</i>	1
<i>Clipper Stad Amsterdam</i>	1
<i>Page & Moy</i>	1
<i>Hapag Lloyd</i>	2
<i>Plantours & Partners</i>	1
<i>Regent Seven Seas</i>	1
<i>Global Marine Group</i>	1
<i>Peter Deilmann</i>	1
<i>Lindblad Expeditions</i>	1
<i>Thomson Cruises</i>	1

Fonte: APDL, 2011

4.3.2. O novo terminal de cruzeiros do Porto de Leixões

O novo terminal de cruzeiros de Leixões (Figura 4.14) é uma aposta da APDL e as obras de construção encontram-se já a decorrer. O novo terminal estará localizado no Molhe Sul do Porto de Leixões, no Concelho de Matosinhos.

A construção do novo terminal de cruzeiros representa um investimento de 49 milhões de euros (APDL, 2011), sendo co-financiada pelo ON 2 (O Novo Norte – Programa Operacional Regional do Norte/ Quadro de Referência Estratégico Nacional), com uma taxa de comparticipação FEDER (Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional – Programa Operacional Temático Factores de Competitividade) de 51% (APDL, 2011).

Figura nº 4.14: Projecto do novo terminal de cruzeiros do Porto de Leixões



Fonte: APDL, 2011

O novo terminal de cruzeiros do Porto de Leixões (Figura 4.15) inclui um terminal de cruzeiros, um edifício de autor, a obra marítima, um porto de recreio e um terminal para viagens flúvio-marítimas (ligação entre o Porto de Leixões e o Rio Douro por cruzeiro (APDL, 2011).

Figura nº 4.15: Projecto do novo terminal de cruzeiros do Porto de Leixões



Fonte: APDL, 2011

A obra marítima do novo terminal (cais) de cruzeiros já se encontra concluída, e a evolução do projecto é bem visível comparando a Figura 4.16 com a Figura 4.17. O novo cais de acostagem tem um comprimento de 340 m, por 18m de largura e fundos a -10m (APD, 2011).

Figura nº 4.16: Molhe Sul do Porto de Leixões em Março de 2010



Fonte: APDL, 2011

Figura nº 4.17: Molhe Sul do Porto de Leixões em Março de 2011



Fonte: APDL, 2011

A inauguração do novo cais de cruzeiros decorreu no dia 28 de Abril de 2011, com a escala do navio “*Boudicca*” da *Fred Olsen Cruise Lines* (Figura 4.18).

Figura nº 4.18: Navio “*Boudicca*” na primeira escala no novo cais de cruzeiros de Leixões



Fonte: Elaboração própria

Com o novo cais o Porto de Leixões pode receber navios de cruzeiro superiores a 250m de comprimento o que vem colmatar uma limitação existente, podendo a partir de agora receber navios de cruzeiro até 300m de comprimento. Para 2011, e das 70 escalas previstas, 15 correspondem já a navios com mais de

250m de comprimento, o que não aconteceria sem a construção deste novo terminal.

A APDL (2011) prevê para 2015 a passagem de 97 navios de cruzeiro pelo Porto de Leixões, a que corresponderão 105.500 passageiros. Para 2025 a previsão é da escala de 114 navios, e de 131.000 passageiros. Tendo em conta que o valor médio gasto por turista de cruzeiro é de 98€ (APDL, 2011), para 2015 prevê-se uma receita por passageiros de 10.339.000€ e para 2025 de 12.838.000€.

Tendo em conta que o novo edifício para recepção de passageiros estará concluído em 2013 (APDL, 2011), foi criado um local temporário para recepção dos turistas cujos navios efectuem escala no novo cais de cruzeiros (Figura 4.19).

Figura nº 4.19: Estação temporária para recepção dos turistas cujos navios de cruzeiros efectuem escala no novo cais de cruzeiros do Porto de Leixões

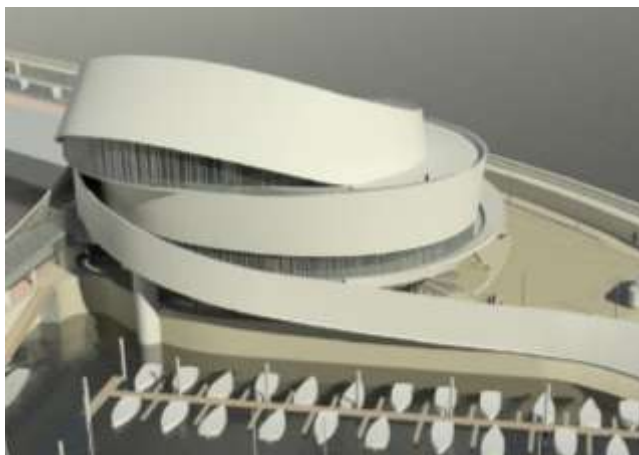


Fonte: Elaboração própria

O edifício do terminal de passageiros (Figura 4.20) é da autoria do Arquitecto Luís Pedro Silva, e com a sua construção será possível a realização de *turnarounds* no Porto de Leixões com embarque e desembarque de até 2000 passageiros (APDL, 2011), comparativamente aos 750 da estação de passageiros actual. Neste novo terminal de passageiros não haverá também restrição de número limite de passageiros em trânsito, estando disponíveis aos turistas uma série de serviços de apoio. A 10 de Maio de 2011 arrancou formalmente a

segunda fase do projecto, referente à construção da nova estação de passageiros.

Figura nº 4.20: Projecto do novo terminal de passageiros do novo terminal de cruzeiros do Porto de Leixões

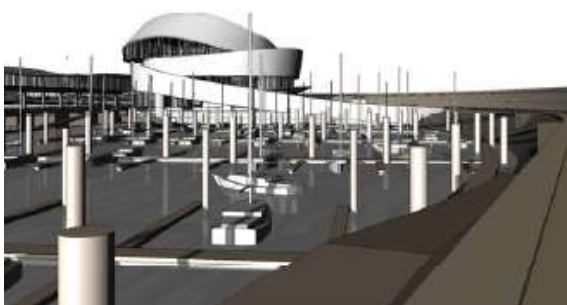


Fonte: APDL, 2011

No novo terminal de passageiros irá funcionar igualmente o “Parque de Ciência e Tecnologia do Mar” da Universidade do Porto, um local para a produção e divulgação científica, com uma área de 6.000m² de laboratórios de investigação.

A obra do novo terminal de cruzeiros inclui ainda a construção de um porto de recreio (Figura 4.21), que poderá receber 170 embarcações, com uma plataforma para serviços de manutenção, um cais de recepção de embarcações e instalações de apoios aos navegantes (APDL, 2011).

Figura nº 4.21: Porto de recreio do novo terminal de cruzeiros do Porto de Leixões



Fonte: APDL, 2011

No Plano Estratégico dos Portos do Douro e Leixões, de 2004, uma das 21 acções propostas menciona a “melhoria dos espaços de fronteira e colmatação de frentes urbanas”, sendo ainda um dos objectivos do Plano “reforçar as condições de integração urbana e de acessibilidade externa”.

O novo terminal de cruzeiros de Leixões visa, para além dos desígnios anteriores, a melhoria das condições do Porto de Leixões no que concerne a área dos cruzeiros e da náutica de recreio (APDL, 2007).

A missão referida no Plano Marketing do novo terminal de cruzeiros refere objectivos como a promoção de Leixões como um destino privilegiado para a escala de navios de cruzeiros, a concretização do aumento de escalas, a captação de navios de cruzeiro de maiores dimensões e a promoção do Porto de Leixões como porto de *turnaround*, usufruindo da vantagem da proximidade ao Aeroporto do Porto (APDL, 2011).

4.4. Articulação do Porto de Leixões com o sector Turístico do Noroeste-Peninsular

4.4.1 O sector turístico no destino Porto/Norte de Portugal

Intensamente ligado ao sucesso de um terminal de cruzeiros encontra-se a sua localização geográfica, assim como, o reconhecimento por parte dos turistas de cruzeiro do valor do destino e da mais-valia em visitá-lo.

Os turistas de cruzeiro revelam-se muito importante enquanto agentes de promoção de um determinado destino e mesmo como futuro visitante. Quando um turista de cruzeiro visita um determinado destino poderá fazer uma promoção positiva ou negativa do mesmo junto dos seus conhecidos, para além disso caso tenha ficado agradado com o destino em questão poderá regressar novamente, quer em cruzeiro ou de outra forma.

Alves e Silva (2005) referem o caso dos portos de Málaga e Cádiz que são em grande parte utilizados por permitirem acesso a Granada e Sevilha, respectivamente.

Dada a localização geográfica do Porto Leixões, este permite o acesso a uma vasta oferta turística e patrimonial, estando associado a este porto a cidade do Porto, e em termos gerais o destino Porto/Norte de Portugal.

A oferta existente no destino Porto/Norte de Portugal é extremamente rica e diversificada passando pelo Vinho do Porto, Vinho Verde, Gastronomia, campos de golfe, cruzeiros no rio Douro, uma região com quatro sítios classificados como Património Mundial da Humanidade (centro histórico do Porto, cidade de Guimarães, a arte rupestre do Vale do Côa e o Douro Vinhateiro), um grande número de monumentos e património material, cidades como Guimarães, Braga, Amarante, Lamego e Vila Nova de Gaia.

De referir que os sites da APDL e da *Cruise Atlantic Europe* (referida no ponto 4.4.2.) apresentam alguma da oferta existente no destino Porto/Norte de Portugal.

Alves e Silva (2005) referem a importância de serem promovidos *tours/excursões* específicos para o perfil destes turistas, como por exemplo em áreas como a Arquitectura, Museologia e Património Religioso.

Relativamente aos turistas que optam por visitar a Região pelos seus próprios meios e que optem por permanecer nas proximidades do Porto, têm uma vasta oferta na cidade de Matosinhos com a gastronomia e comércio locais, aliados a uma linha de costa.

Durante a escala de um navio de cruzeiros no Porto de Leixões encontram-se disponíveis várias excursões, como por exemplo: “*Guimarães – Birthplace of a Nation*”, “*Port Wine & Douro River Cruise*”, “*Azulejos of Oporto*”, “*Oporto Golf Club*”, “*The Charming Minho Province*”, “*Quinta da Aveleda – Green Wine*”, “*The Skies of Oporto by Helicopter*”, “*Ancient Braga*”, “*Oporto City Tour and Tasting*”.

4.4.2. Articulação e promoção

Recentemente foi criado no site da APDL uma nova área referente a cruzeiros onde se podem consultar várias informações sobre o destino, contactos úteis, escalas realizadas e a realizar e dados sobre a actual estação de passageiros e o novo terminal de cruzeiros.

Para a promoção do novo terminal de cruzeiros a APDL tem: desenvolvido acções comerciais junto das companhias de cruzeiros, produzido materiais de promoção e apresentação do novo terminal, assim como participado em feiras internacionais de cruzeiros como a “*Cruise Shipping Miami*”, a “*Seatrade Med*” e a “*Seatrade Europe*” (APDL, 2011).

A APDL tem igualmente uma parceria com portos Portugueses, através da qual promove Portugal enquanto um destino de cruzeiros, participando conjuntamente em feiras do sector e na criação de uma brochura sobre os portos Portugueses (APDL, 2011).

A *Cruise Atlantic Europe* (CAE) – <http://cruiseatlanticeurope.com>, é um projecto de cooperação multi-nacional, que envolve actualmente oito portos marítimos situados na costa Atlântica (Figura 4.22) e é suportada pelo “*Atlantic Area Programme*”. A visão da CAE é fortalecer a posição da área Atlântica no mercado Europeu de cruzeiros.

Figura nº 4.22: Portos que integram a *Cruise Atlantic Europe*



Fonte: *Cruise Atlantic Europe*, 2011

De referir que a APDL tem desenvolvido diferentes acções como a criação de grupos de trabalho com as Câmaras Municipais de Matosinhos, Porto e Vila

Nova de Gaia, debatendo áreas como a mobilidade, informação turística e acolhimento dos passageiros, tem participado no programa *Cruise Traffic on Urban Regeneration of city port heritage* (CTUR), em conjunto com a Câmara Municipal de Matosinhos e a CCDRN e tem articulado com o Turismo de Portugal e a Associação dos Portos de Portugal com vista a fortalecer a imagem de Portugal enquanto destino de cruzeiros (APDL, 2011).

4.5. Conclusão

Neste capítulo procurou apresentar-se o Porto de Leixões, a sua localização e principais áreas de actividade, assim como o turismo de cruzeiros neste porto.

O Porto de Leixões é a maior infra-estrutura portuária do Norte de Portugal, enquadrado a norte por Leça da Palmeira e por Matosinhos a sul. Este Porto opera 365 dias por ano, movimentando cerca de 15 milhões de toneladas de mercadorias por ano.

Para além de todas as trocas comerciais realizadas no Porto de Leixões destaca-se também o turismo de cruzeiros. Este Porto dispõe de uma estação de passageiros, inaugurada a 8 de Abril de 1961, e que permite a atracagem de navios até 250m. A 28 de Abril de 2011 (50 anos após a inauguração da estação de passageiros) decorreu a inauguração do novo cais de cruzeiros do Porto e Leixões. Este novo cais integra o projecto do novo terminal de cruzeiros do Porto de Leixões e permite a atracagem de navios até os 300m de comprimento, o que se reflecte também num maior número de passageiros a bordo e consequentemente num aumento do número de turistas de cruzeiros a visitarem o Porto e a Região.

Capítulo 5 – Metodologia

5.1. Introdução

Pretende-se neste capítulo, apresentar a metodologia utilizada no estudo realizado no âmbito deste projecto de investigação. O objectivo deste estudo é criar uma base de conhecimento sobre o perfil e o comportamento dos turistas de cruzeiros que fazem escala no Porto de Leixões, assim como identificar o tipo de actividades que estes desenvolvem no destino Porto, durante o período da escala.

A concretização deste estudo implicou a recolha de dados primários, sendo neste capítulo apresentada a metodologia utilizada para esse fim.

Neste capítulo serão ainda apresentados os métodos de recolha e análise de dados que foram utilizados no decorrer deste projecto.

5.2. Questões de investigação

O objectivo central deste projecto é conhecer o perfil e o comportamento dos turistas de cruzeiros que fazem escala no Porto de Leixões e o tipo de actividades que desenvolvem no destino Porto/Norte de Portugal. Pretende-se ainda verificar se existem diferenças no perfil, motivações, comportamentos de viagem e actividades desenvolvidas no destino Porto de acordo com a origem dos turistas de cruzeiros.

5.3. Métodos de recolha de dados

Segundo Eusébio (2006), num qualquer projecto de investigação antes de proceder à recolha de dados primários, devem ser consultados os dados secundários já existentes e avaliar se estes possuem a informação necessária. Ainda segundo esta autora, quando um investigador utiliza dados que tenham sido obtidos para um fim diferente do da sua investigação, os dados em questão são denominados de dados secundários. Quando a recolha de dados ocorre para

obter informações específicas para a investigação em questão, e ainda devido a não terem sido utilizados por outro investigador ou outros fins, estamos na presença de dados primários.

Dada a ausência de dados secundários adequados para dar resposta aos objectivos de investigação deste projecto, foi necessário recorrer a métodos directos de recolha de dados – dados primários – para a obtenção das informações necessárias.

Podem ser utilizados vários métodos na recolha de dados primários em turismo. Os métodos a utilizar deverão ser seleccionados tendo em atenção vários factores específicos de cada investigação, como os seus objectivos, hipóteses de trabalho, características da amostra e dos recursos disponíveis. Dos vários métodos possíveis de utilizar, considera-se que um dos métodos directos passível de ser utilizado nesta investigação é o inquérito por questionário.

5.3.1. Definição e caracterização da população em estudo

Hill e Hill (2005) referem que qualquer investigação empírica pressupõe a recolha de dados, sendo o total dos casos que se pretendem investigar designados como “população” ou “universo”. Os autores referem igualmente que “é o objectivo da investigação que define a natureza e a dimensão do universo”.

Segundo Martinez e Ferreira (2007), a “(...) População (ou Universo) é o objecto de estudo, ou seja, o conjunto de elementos que têm alguma característica em comum com o que se pretende estudar (...)”, sendo no caso deste projecto os turistas que chegam em cruzeiro ao porto de Leixões.

Em 2009, o Porto de Leixões recebeu 38 navios de cruzeiros, e os seus 17.624 passageiros.

Dado a temática do presente projecto definiu-se que apenas os turistas de cruzeiros iriam ser entrevistados, logo os membros da tripulação que fizessem escala não seriam entrevistados. Este factor prendeu-se com os objectivos deste estudo e pelo facto da tripulação ter um comportamento em viagem diferente dos turistas.

Pretendeu-se inquirir turistas de cruzeiros que viajassem em diferentes companhias, de forma a diversificar a amostra.

Conforme apresentado no capítulo correspondente ao Porto de Leixões, são várias as companhias de cruzeiros que fazem escala neste porto. Tendo sido efectuado pedido de autorização junto de algumas dessas companhias a Mestranda obteve autorização por parte da “*Fred Olsen Cruise Lines*”, da “*Oceania Cruises*”, da “*Saga Shipping*” e da “*Swan Hellenic*”.

Na Tabela 5.1 apresentamos a identificação dos navios que integraram este estudo, assim como os portos de origem e destino dos cruzeiros em questão.

Tabela nº 5.1: Informações sobre os cruzeiros que integram este estudo

Data	Navio	Companhia de cruzeiro	Porto de origem	Porto de destino
22/08/2010	<i>Braemar</i> (Figura 5.1)	<i>Fred Olsen Cruise Lines</i>	Dover	Corunha
23/08/2010	<i>Insignia</i> (Figura 5.2)	<i>Oceania Cruises</i>	Corunha	Lisboa
27/08/2010	<i>Spirit of Adventure</i> (Figura 5.3)	<i>Saga Shipping</i>	Ferrol	Sevilha
30/09/2010	<i>Minerva</i> (Figura 5.4)	<i>Swan Hellenic</i>	Corunha	Cádiz

Fonte: APDL (2010)

Figura nº 5.1: Navio *Braemar* da *Fred Olsen Cruise Lines*



Fonte: Elaboração própria

Figura nº 5.2: Navio *Insignia* da *Oceania Cruises*



Fonte: Elaboração própria

Figura nº 5.3: Navio *Spirit of Adventure* da *Saga Shipping*



Fonte: Elaboração própria

Figura nº 5.4: Navio *Minerva* da *Swan Hellenic*



Fonte: Elaboração própria

5.3.2. Definição da técnica de amostragem

Hill e Hill (2005) referem que em certos casos ocorre que o investigador não dispõe de tempo nem dos recursos necessários para estudar cada um dos casos do universo em questão, pelo que apenas se considera uma parte dos casos que fazem parte desse universo, a que designa amostra do Universo.

Martinez e Ferreira (2007), definem Amostra como “(...) um subconjunto representativo da população (...)”, sendo que a “(...) dimensão da amostra é o número de elementos que a compõem (...)”.

Segundo Hill e Hill (2005), os métodos para seleccionar uma amostra podem ser métodos de amostragem casual ou métodos probabilísticos e métodos de amostragem não-casual ou Métodos não-probabilísticos.

Segundo Maroco (2007) na amostragem probabilística “(...) as amostras são obtidas de forma aleatória (*i.e.* a probabilidade de cada elemento da população fazer parte da amostra é igual para todos os elementos, e todas as amostras seleccionadas são igualmente prováveis)”. As tipologias mais usais de amostragem probabilística são:

- Amostragem aleatória simples;
- Amostragem aleatória estratificada, proporcional ou por quotas;
- Amostragem aleatória sistemática;
- Amostragem aleatória por conglomerados, grupos ou áreas;

- Amostragem aleatória multi-etapa.

Maroco (2007) refere que no caso da amostragem não-probabilística a probabilidade de um certo elemento pertencer à amostra não é igual à dos restantes elementos. Com a utilização deste tipo de amostras é possível que não se represente toda a população em estudo. A amostragem não-probabilística é por vezes utilizada, mesmo que não seja a mais adequada (por constrangimentos de ordem temporal e financeira). Os principais tipos de amostragem não-probabilística são:

- Amostragem accidental, casual ou conveniente;
- Amostragem objectiva;
- Amostragem modal;
- Amostragem de especialistas;
- Amostragem por quotas;
- Amostragem heterogénea ou de diversidade;
- Amostragem de propagação geométrica.

No caso do presente projecto depois de se ter feito uma análise das técnicas de amostragem probabilística verificou-se não ser possível utilizar nenhuma destas técnicas, tendo-se optado por utilizar a amostragem não probabilística por conveniência. Hill e Hill (2005) referem que no caso do método de amostragem por conveniência os casos escolhidos são os que estão mais facilmente disponíveis. Segundo os autores este método de amostragem é “(...)rápido, barato e fácil.”. Como desvantagens os autores referem que os resultados e as conclusões obtidos através deste método de amostragem só se aplicam à amostra, não sendo possível extrapolá-los com confiança para o universo.

Como tamanho da amostra, e dado os condicionantes financeiros e temporais, foi definida a aplicação de 173 inquéritos por questionário a turistas de navios de cruzeiros que realizaram escala no Porto de Leixões.

5.3.3. Construção do instrumento de pesquisa

Após a definição da amostra que será objecto de inquirição neste projecto procedeu-se à construção do questionário que foi, utilizado na recolha dos dados. Um aspecto fundamental na construção de inquérito centra-se no tipo de informação que se pretende obter: qualitativa, quantitativa ou ambas. Neste caso o tipo de questões utilizadas influencia a natureza dos dados obtidos.

Segundo Hill e Hill (2005), a diferença entre perguntas abertas e perguntas fechadas reside essencialmente na forma como a resposta às perguntas é dada. No caso de perguntas abertas a sua resposta é escrita por quem está a responder ao questionário, utilizando assim o respondente as suas próprias palavras. No caso de perguntas fechadas o respondente tem de optar por respostas alternativas apresentadas pelo autor do questionário.

Na Tabela 5.2 apresentamos um resumo sobre as vantagens e desvantagens da utilização de perguntas abertas e perguntas fechadas num questionário.

Tabela nº 5.2: Vantagens e desvantagens das perguntas abertas e fechadas

Tipo de Pergunta	Vantagens	Desvantagens
Perguntas abertas	<ul style="list-style-type: none"> - Podem dar mais informação - Muitas vezes dão informação mais “rica” e detalhada - Por vezes dão informação inesperada 	<ul style="list-style-type: none"> - Muitas vezes as respostas têm de ser “interpretadas” - É preciso muito tempo para codificar as respostas - Normalmente é preciso utilizar pelo menos dois avaliadores na “interpretação” e codificação das respostas - As respostas são mais difíceis de analisar em termos estatísticos e a análise requer muito tempo
Perguntas fechadas	<ul style="list-style-type: none"> - É fácil aplicar análises estatísticas para analisar as respostas - Muitas vezes é possível analisar os dados utilizando técnicas estatísticas mais avançadas 	<ul style="list-style-type: none"> - Por vezes a informação das respostas é pouco “rica” - Por vezes as respostas conduzem a conclusões simples demais

Fonte: HILL e HILL (2005:94)

Ainda segundo Hill e Hill (2005) é possível desenvolver um questionário de três formas:

- Um questionário constituído apenas por perguntas abertas;
- Um questionário constituído apenas por perguntas fechadas;
- Um questionários constituído por perguntas abertas e perguntas fechadas.

No caso do questionário desenvolvido optámos pela utilização de perguntas abertas e de perguntas fechadas, visto que esta opção possibilita obter dados qualitativos que possam completar e contextualizar a informação quantitativa obtida através das outras variáveis.

Outra opção metodológica adoptada foi a utilização de uma linguagem simples, directa e objectiva, tentando utilizar-se sempre que possível questões de curta dimensão.

Brunt (1997) salienta também a importância da linguagem utilizada na elaboração de um questionário. O autor refere dois pontos principais que deverão ser tidos em conta na elaboração de um questionário: a necessidade de escrever questões claras e concisas, e evitar a utilização de “gíria”, devendo o vocabulário utilizado ser simples e acessível.

O questionário foi construído com base na literatura apresentada nos capítulos anteriores, tendo ficado definido que o questionário deveria possibilitar a recolha de informação que permitisse traçar o perfil sócio-demográfico do turistas, as suas motivações, comportamento em viagem e no destino, avaliar o grau de satisfação e de fidelização com o cruzeiro e com o destino Porto/Norte de Portugal.

De referir que as taxas de câmbio utilizadas para a construção do questionário construído no âmbito do presente projecto dizem respeito às taxas EURO/GBP E EURO/USD de 17 de Agosto de 2010.

Como um método de recolha de dados – observação participante, que permitiu recolher algumas informações sobre o funcionamento e a experiência de um cruzeiro, assim como, compreender melhor as dinâmicas de se ser um turista de cruzeiro a Mestranda realizou um mini-cruzeiro em Abril de 2010. A experiência foi realizada a bordo do navio “*Grand Voyager*” da *IberoCruceiros*, com *turnaround* no Porto de Vigo, e escala em Lisboa, Tanger e Portimão. A experiência permitiu também obter informação para a construção do questionário a aplicar em Leixões. Em anexo (anexo 5.1) remetemos cópia do cartão recebido a bordo que funcionava como identificação do passageiro, para a abertura da porta da cabine e para pagamentos efectuados a bordo.

Foram realizadas algumas entrevistas exploratórias junto de especialistas ligados ao Turismo, ao Porto de Leixões e à indústria de cruzeiros. Numa entrevista realizada ao Senhor Eng. José Pedro Matos Fernandes, Presidente do Conselho de Administração do Porto de Leixões, foi possível conhecer o seu ponto de vista relativamente à possibilidade de, com a construção do novo

terminal de cruzeiros, o Porto de Leixões se posicionar como principal porto de cruzeiros do Noroeste Peninsular. O Presidente do Conselho de Administração do Porto de Leixões considera o Porto de Vigo como sendo o principal porto do Noroeste Peninsular, tendo referido que o Porto de Vigo foi feito pela natureza e o de Leixões pelo homem. Dada a localização do Porto de Leixões, a uma noite de distância entre Lisboa e a Corunha, poderá um dia surgir uma disputa pelo lugar ocupado actualmente pelo Porto Vigo.

Numa entrevista realizada junto da Senhora Dr.^a Helena Fernandes, do Departamento de Marketing e Relações Públicas da APDL, foi possível saber que a APDL foi líder no projecto da “*Cruise Atlantic Europe*”, criada em 2008, estando desde essa data a serem desenvolvidas acções de marketing desde a criação do site, à produção de folhetos e à participação em feiras. Dado que os portos que integram esta aliança ficam situados estrategicamente a uma noite de distância pretende-se cativar as companhias de cruzeiro pelo consumo mais reduzido caso optem por fazer escalas nos portos que integram a aliança.

Realizou-se igualmente uma entrevista junto da Senhora Dr.^a Marta Sá Lemos, na altura em questão Directora Executiva da ADETUR Turismo Norte de Portugal, que se encontra actualmente a colaborar com o Departamento de Marketing e Relações Públicas da APDL. Nesta entrevista a Senhora Dr.^a Marta Sá Lemos referiu que numa segunda fase o novo terminal de cruzeiros poderá posicionar-se no mercado dos cruzeiros como um porto *turnaround* muito devido às boas ligações aéreas do Aeroporto Francisco Sá Carneiro. Foi ainda mencionado que os destinos de um cruzeiro têm de ser atractivos pois não basta a existência de um porto para atrair as companhias de cruzeiro, logo quanto maior a oferta turística disponível maior a competitividade de um porto.

Durante a realização do cruzeiro da “*IberoCruceiros*” a Mestranda teve ainda a oportunidade de entrevistar um membro da Tripulação, de nacionalidade Portuguesa. Luís Neves (*head waiter*) referiu a evolução acentuada que se tem verificado nos últimos anos relativamente à faixa etária dos passageiros. Como facilidades principais num porto de escala de um cruzeiro Luís Neves salienta pontos de câmbio, telefones públicos e zonas *wi-fi*. Luís Neves referiu ainda que cada vez mais as pessoas repetem os cruzeiros e muitas vezes no mesmo navio,

salientado a relação que é criada entre os passageiros e a tripulação, que tudo fazem para que o passageiro possa usufruir do cruzeiro ao máximo.

As entrevistas exploratórias realizadas contribuíram para a construção das questões do inquérito aplicado aos turistas de cruzeiros no Porto de Leixões.

De referir que foi definido que o questionário seria aplicado depois da visita dos turistas de cruzeiros à cidade e à Região. Com a aplicação do questionário após a visita foi possível inquirir os turistas sobre a sua satisfação com o destino e ficar a conhecer o seu comportamento, como por exemplo se optaram ou não por realizar uma excursão no destino Porto/Norte de Portugal. Tendo em conta que algumas das excursões disponibilizadas aos turistas não se realizam na cidade do Porto optamos por definir o destino como Porto/Norte de Portugal.

A informação necessária a recolher através da aplicação do questionário, foi categorizada nos seguintes grupos:

- Grupo 1 – Caracterização do cruzeiro;
- Grupo 2 – O destino Porto/Norte de Portugal;
- Grupo 3 – Avaliação;
- Grupo 4 – Caracterização do visitante.

O questionário foi produzido originalmente em Português (Anexo 5.2), tendo depois sido traduzido para Inglês (Anexo 5.3). A definição do número de línguas em que o questionário deveria ser traduzido teve como base factores referidos na revisão bibliográfica deste projecto, como por exemplo o facto do Reino Unido ser o maior mercado emissor Europeu de turistas de cruzeiros. O facto de o inglês ser uma língua universal funcionou também como factor motivador pois permite inquirir turistas de várias nacionalidades. De referir que os turistas de cruzeiros inquiridos apenas utilizaram para preenchimento o questionário na versão inglesa.

A primeira versão do questionário foi aplicada em pré-este para verificar a sua adequação aos interesses do estudo, assim como, perceber alguma dificuldade no preenchimento do mesmo. O pré-teste foi realizado no dia 22 de Agosto de 2010, junto de 20 passageiros do navio “*Breamer*” da companhia *Fred Olsen Cruise Lines*. Não se tendo verificado nenhuma dificuldade no

preenchimento do questionário, continuou-se com a aplicação da versão original do questionário.

Dado a extensão do questionário e tendo como objectivo facilitar a sua leitura e preenchimento este foi produzido pela Mestranda através do *software* “Corel Draw”, o que permitiu a impressão do questionário em duas folhas A3, frente e verso, posteriormente dobradas e agrafadas.

A construção das questões do questionário foi baseada em autores como Eusébio (2006), Observatório do Turismo de Lisboa (2008), Douglas e Douglas (2004) e Qu e Ping (1998).

Tabela nº 5.3: Questões seleccionadas para integrar o questionário aplicado aos turistas de cruzeiros cujo navio efectuou Escala no Porto de Leixões

Informação a obter	Tipo de questão	Objectivos	Questão
1. Caracterização do cruzeiro			
Familiaridade com cruzeiros	Mista	Saber se este é o primeiro cruzeiro a ser realizado pelo turista, e nos casos aplicáveis quantos cruzeiros já realizou anteriormente	Se é a primeira vez que está a realizar um cruzeiro, e no caso de resposta negativa quantos cruzeiros já realizou anteriormente
Motivações para a realização do cruzeiro	Mista	Perceber qual a importância de uma série de motivações para a realização do cruzeiro	Classificar a importância de uma série de motivos para a realização do cruzeiro
Importância da escala no Porto	Fechada	Conhecer até que ponto o facto do itinerário do cruzeiro incluir a escala no Porto de Leixões foi um factor importante na realização do cruzeiro	Se a cidade do Porto não estivesse incluída no itinerário teria realizado este cruzeiro
Identificação dos acompanhantes no cruzeiro	Mista	Saber se o turista está a realizar o cruzeiro sozinho ou não, e identificar os seus acompanhantes	Com quem está a realizar o cruzeiro
Posição do Porto de Leixões como <i>turnaround</i>	Fechada	Perceber até que ponto os turistas estão disponíveis para iniciar e/ou terminar um cruzeiro no Porto de Leixões	Realizaria um cruzeiro que tivesse início e/ou fim no Porto
Informação a bordo	Fechada	Perceber a qualidade da informação fornecida a bordo do navio de cruzeiro sobre o destino Porto e Norte de Portugal	Como classifica a informação fornecida a bordo sobre o destino Porto e Norte de Portugal
Duração da escala	Fechada	Avaliar como os Turistas classificam o tempo de duração da escala do cruzeiro	Como classifica o tempo de duração da escala

Informação a obter	Tipo de questão	Objectivos	Questão
2. O destino Porto/Norte de Portugal			
Conhecimento prévio da cidade do Porto	Mista	Saber se esta era a primeira visita dos turistas à cidade do Porto, e nos casos aplicáveis quantas vezes já visitou a Região	Se é a primeira vez que está a visitar o Porto, e no caso de resposta negativa quantas vezes já visitou
Comportamento na escala	Fechada	Saber se os turistas optam por realizar uma excursão, se preferem conhecer a Região pelos próprios e meios ou se, caso a duração da escala também o permita, se preferem realizar uma excursão e visitar a Região pelos próprios meios	Durante a escala optou por realizar uma excursão, visitar o Porto pelos próprios meios ou se realizou uma excursão e visitou o Porto pelos próprios meios
Aquisição da excursão	Mista	Conhecer qual o meio preferencial que os turistas utilizam para adquirirem uma excursão	Local de aquisição da excursão
Excursão realizada	Mista	Conhecer qual a excursão realizada nesta escala	Qual a excursão realizada
Valor pago pela excursão	Aberta	Saber qual o valor pago, por pessoa, pela excursão realizada	Valor pago pela excursão
Duração da excursão	Aberta	Saber qual a duração da excursão realizada	Tempo de duração da excursão
Factores para não realizar uma excursão	Mista	Conhecer os motivos pelos quais os turistas optaram por não realizar uma Excursão no Destino Porto/Norte de Portugal	Motivos para não ter realizado uma excursão
Meios de transporte utilizados	Mista	Conhecer quais os meios de transporte preferidos para visitar a Região	Meios de transporte utilizados na visita à Região

Informação a obter	Tipo de questão	Objectivos	Questão
3. Avaliação			
Principais impressões da Região	Aberta	Identificar quais os 5 principais aspectos positivos e negativos com que os turistas ficam da Região	Indicar os cinco aspectos positivos e os cinco aspectos negativos com que ficaram da Região
Valor da despesa realizada na escala	Mista	Conhecer o valor médio que um turista gasta no destino Porto/Norte de Portugal	Valor aproximado, gasto por pessoa no destino
Tipo de despesas efectuadas	Mista	Conhecer as áreas em que os turistas efectuam gastos	Quais as despesas efectuadas no destino
Tipologia de compras	Mista	Identificar que tipo de produtos os turistas adquirem na escala	Que tipo de produtos foram adquiridos no destino
Grau de satisfação	Fechada	Conhecer o grau da satisfação dos turistas com o cruzeiro, com o destino e com a excursão realizada (se aplicável)	Grau da satisfação com o cruzeiro, com o destino Porto/Região Norte de Portugal e excursão
Avaliação da estação de passageiros	Fechada	Definir o grau de satisfação dos turistas com as instalações da estação de passageiros de Leixões	Avaliação das instalações da estação de passageiros de Leixões
Importância dos atributos de uma estação de passageiros	Fechada	Conhecer quais os factores mais importantes que os turistas consideram que devem estar presentes numa estação de passageiros	Importância de determinados factores aquando da realização de uma escala
Grau de fidelização	Fechada	Conhecer o grau de probabilidade dos turistas voltarem a realizar um cruzeiro com as mesmas características; de regressarem ao Porto em cruzeiro; de regressarem ao Porto sem ser em cruzeiro e de recomendarem o destino Porto	Probabilidade de voltar a realizar um cruzeiro com as mesmas características, probabilidade de voltar ao Porto em cruzeiro, probabilidade de voltar ao Porto sem ser em cruzeiro, probabilidade de recomendar o destino Porto.

Informação a obter	Tipo de questão	Objectivos	Questão
4. Caracterização do perfil da amostra			
Idade	Fechada	Analisar a faixa etária dos turistas	Idade do inquirido
Sexo	Fechada	Conhecer se chegam ao Porto em cruzeiro mais homens ou mulheres	Sexo do inquirido
Nacionalidade	Aberta	Conhecer a Nacionalidade dos turistas	Nacionalidade do inquirido
País de Residência	Aberta	Conhecer o maior País emissor de turistas de cruzeiro	País de Residência do inquirido
Estado Civil	Mista	Conhecer o estado civil dos turistas	Estado civil do inquirido
Habilitações Literárias	Fechada	Conhecer as habilitações literárias dos turistas	Habilitações literárias do inquirido
Situação perante o emprego	Mista	Conhecer a situação dos turistas perante o emprego	Situação do inquirido perante o emprego
Número de pessoas que constituem o agregado familiar	Aberta	Conhecer o tamanho do agregado familiar do inquirido	Dimensão do agregado familiar
Valor médio do rendimento líquido mensal do agregado mensal	Mista	Definir o valor médio mensal familiar do rendimento dos turistas	Rendimento líquido médio mensal familiar

5.4. Método de aplicação do questionário

O local escolhido para a aplicação do inquérito por questionário deste projecto foi a actual estação de passageiros do Porto de Leixões, localizada na cidade de Leça da Palmeira.

Num primeiro momento contactou-se por escrito o Porto de Leixões solicitando autorização para a presença da Mestranda na estação de passageiros. Os responsáveis pelo Porto de Leixões concederam a autorização necessária para a aplicação do questionário, tendo sido apenas solicitado que os turistas não fossem abordados directamente, isto é, a sua participação deveria ser por livre iniciativa.

Como forma de cativar a atenção dos turistas foi produzido um *roll-up* (Figura 5.5) explicativo do projecto de investigação e com a indicação da oferta de uma garrafa de Vinho do Porto “*Taylor’s Select*”, de 33cl, a cada turista que preenchesse o questionário.

Figura nº 5.5: Conteúdo do *roll-up* utilizado na estação de passageiros de Leixões



Fonte: Elaboração própria

Depois de acordados os detalhes com o Porto de Leixões foi necessário obter autorização por parte das companhias de cruzeiro. Este processo foi totalmente liderado pelo Porto de Leixões, tendo sido solicitada à Mestranda a entrega de um exemplar do questionário e uma imagem do *roll-up* a ser utilizado.

As datas seleccionadas para a aplicação do questionário estiveram dependentes da disponibilidade da Mestranda e da autorização por parte das companhias de cruzeiro.

A Mestranda obteve autorização para estar presente na estação de passageiros do Porto de Leixões em quatro dias do mês de Agosto de 2010 (Tabela 5.4). De referir que posteriormente foram cedidos pela APDL o número de passageiros a bordo dos navios, o número de passageiros que saíram do navio durante a escala no Porto de Leixões, o número de passageiros que optaram por realizar uma excursão organizada e o agente responsável pela excursão (Tabela 5.4).

Tabela nº 5.4: Informação sobre as escalas dos navios que integram este estudo

Data do cruzeiro	22/08/2010	23/08/2010	27/08/2010	30/08/2010
Companhia de cruzeiro	<i>Fred Olsen Cruise Lines</i>	<i>Oceania Cruises</i>	<i>Saga Shipping</i>	<i>Swan Hellenic</i>
Navio	<i>Breamer</i>	<i>Insignia</i>	<i>Spirit of Adventure</i>	<i>Minerva</i>
Passageiros a bordo	997	666	223	386
Passageiros que saíram do navio	800	600	220	375
Passageiros que realizaram excursão	485	400	210	360
Agente responsável pela excursão	<i>Shore Tours/VT</i>	<i>Miltours</i>	<i>Welcome</i>	<i>Shore Tours/VT</i>

Fonte : APDL, 2010

Depois da recepção da informação das datas autorizadas para a presença da Mestranda na estação de passageiros de Leixões foi feito um pedido do material necessário para permitir a aplicação do questionário. Este pedido teve por base o conforto dos turistas e a presença da Mestranda num local estratégico que facilitasse o contacto com os turistas.

Foi definido que esse local seria junto à porta por onde os turistas têm obrigatoriamente de passar para chegarem até ao seu navio.

Foram gentilmente cedidas pelo Porto de Leixões duas mesas de tamanho médio e 8 cadeiras que foram colocadas junto à porta de acesso ao navio. Para utilizar como mesa de apoio a Mestranda adquiriu uma mesa portátil desdobrável que foi utilizada para colocação dos questionários, das garrafas de Vinho do Porto, e de outros materiais de suporte.

Dado que os turistas que realizaram excursão entram na estação de passageiros por uma porta diferente dos que visitaram a Região pelos próprios meios a localização do *roll-up* foi sendo alterada conforme o fluxo de turistas. Nos momentos em que coincidia a chegada dos grupos a Mestranda optou por colocar o *roll-up* junto à porta de acesso ao local onde se encontrava atracado o navio.

As imagens seguintes (Figura 5.6 e 5.7) ilustram o local onde decorreu a aplicação do questionário deste projecto.

Figura nº 5.6: Local reservado ao preenchimento do questionário



Fonte: Elaboração própria

Figura nº 5.7: Perspectiva geral da zona de aplicação do questionário



Fonte: Elaboração própria

Dado que a Mestranda procedeu à aplicação do questionário sozinha foi decidido que seriam preenchidos ao mesmo tempo não mais de 6 questionários. Esta opção permitiu prestar mais apoio e atenção aos turistas durante o preenchimento do questionário.

Tendo em conta que a maioria dos respondentes possuía já alguma idade o tempo de preenchimento do questionário rondou os 10 a 15 minutos, havendo por vezes alguns turistas que demoravam menos tempo no seu preenchimento.

A Mestranda teve sempre em conta o facto de haver membros da tripulação dos navios que aproveitam a escala para visitar a Região e como tal, para além da ressalva colocada no questionário de que este apenas se destinava exclusivamente a turistas, foi subtilmente confirmando se os respondentes eram turistas ou membros da tripulação.

De referir que nos dias 22 e 23 de Agosto de 2010 estava tempo nublado e de chuva, pelo que alguns turistas vinham mais apressados para entrar no navio o que não permitia que tivessem tanta disponibilidade para participar na investigação.

A maioria dos respondentes referiu a mais-valia do estudo, tendo mostrado muita vontade de participar e contribuir com a sua experiência.

A oferta da garrafa miniatura de Vinho do Porto funcionou como um atractivo, tendo a Mestranda o cuidado de ter sempre algumas garrafas dispostas nas mesas como forma de cativar a atenção dos turistas.

O contacto com os turistas decorria depois da abordagem dos próprios directamente junto da Mestranda ou depois de lerem o *roll-up*.

O facto de o dia 22 de Agosto de 2010 ter sido um domingo fez com que muitos turistas não tivessem conseguido comprar nenhuma lembrança durante a escala, dado que a maioria das lojas estava fechada. Este factor contribuiu ainda mais para a boa receptividade dos turistas para o preenchimento dos questionários e posterior recepção das garrafas de Vinho do Porto.

Alguns turistas referiram que o questionário estava muito bem formatado e que permitia a recolha de muita informação em poucas páginas. A Mestranda contactou com turistas bastante efusivos que chegaram ao ponto de chamar outros turistas para colaborarem na investigação. Como curiosidade destaca-se o caso de uma turista Americana que ficou bastante interessada e entusiasmada com a investigação, tendo mesmo pedido para tirar uma fotografia com a Mestranda e o *roll-up* referente à investigação.

Verificou-se que no dia 22 de Agosto de 2010, e talvez por ser um domingo, estavam poucos táxis na praça situada em frente à estação de passageiros tendo em alguns momentos estado mais de vinte turistas à espera de um táxi.

De referir que aos turistas que utilizaram como meio de transporte o “Yellow Bus” (Figura 5.8) foi indicado que procedessem ao preenchimento do questionário como tendo realizado uma excursão e visitado o Porto/Norte de Portugal pelos próprios meios.

Figura nº 5.8: “Yellow Bus” à partida da estação de passageiros de Leixões



Fonte: Elaboração própria

5.5. Métodos de análises de dados

Neste projecto foi efectuada a análise dos dados recolhidos recorrendo aos seguintes métodos de análise:

- Métodos de análise estatística univariada;
- Métodos de análise estatística bivariada.

Estas análises pretenderam recolher informação que permitisse traçar o perfil sócio-demográfico dos turistas de cruzeiros cujos navios realizaram escala no Porto de Leixões, identificar as suas principais motivações, conhecer o seu comportamento em viagem e no destino, avaliar o seu grau de satisfação com o cruzeiro, com o destino Porto/Norte de Portugal, com a excursão realizada (quando aplicável), com as instalações da estação de passageiros de Leixões. Com as análises estatísticas realizadas pretendeu-se também identificar quais os

factores mais importantes para os turistas numa estação de passageiros/terminal de passageiros, e qual o grau de fidelização do turista com o cruzeiro e com o destino Porto/Norte de Portugal,

A caracterização da amostra dos turistas de cruzeiros inquiridos na estação de passageiros do Porto de Leixões em estudo foi realizada recorrendo às seguintes técnicas de estatística univariada:

- Tabelas de frequência;
- Medidas de localização e de tendência central (média aritmética);
- Medidas de dispersão (desvio padrão).

Mais tarde utilizaram-se técnicas de estatística bivariada para verificar se existiam diferenças estatísticas significativas no perfil e no comportamento dos turistas de cruzeiros, tendo como base o seu país de origem.

Para permitir estas análises foi criada uma nova variável onde os turistas de cruzeiros foram agrupados em três grupos principais:

- Grupo 1 – Turistas cuja residência é nos Estados Unidos;
- Grupo 2 – Turistas cuja residência é no Reino Unido;
- Grupo 3 – Turistas com residência nos restantes países referidos no questionário.

Foram utilizadas neste projecto as seguintes análises bivariadas:

- Coeficiente de correlação de *Spearman*;
- Teste do *Qhi-Quadrado* (X^2);
- Análise de Variância (ANOVA);
- Teste não paramétrico *Kruskall Wallis*.

A verificação da existência de associações estatisticamente significativas entre algumas das variáveis quantitativas foi realizada recorrendo ao coeficiente de *Spearman*.

Dado que a divisão por grupo com base no país de residência de cada inquirido resultou na criação de três grupos, utilizou-se a ANOVA, de forma a verificar a existência de diferenças estatisticamente significativas entre os três grupos. Numa primeira fase, testaram-se os pressupostos da distribuição normal e da homocedasticidade. Quando os pressupostos da ANOVA não se verificaram utilizou-se o teste não paramétrico *Kruskall Wallis*.

O teste do *Qui-Quadrado* (X^2), foi utilizado para verificar a existência de associações estatisticamente significativas entre duas variáveis qualitativas. Quando os pressupostos deste teste não se verificaram procedeu-se à devida indicação.

5.6. Conclusão

Como referido anteriormente, o principal objectivo deste estudo é caracterizar o perfil e o comportamento do turista de cruzeiros cujos navios efectuem escala no Porto de Leixões.

De forma a poder realizar esta caracterização procedeu-se à recolha de dados primários através da aplicação de 173 questionários junto de turistas de cruzeiros no Porto de Leixões.

Para além da aplicação do questionário a Mestranda realizou um mini-cruzeiro Vigo-Vigo, de modo a adquirir conhecimentos sobre as rotinas a bordo e em escala de forma a melhor preparar as condições de construção e aplicação do questionário.

A aplicação dos questionários decorreu em quatro dias distintos do mês de Agosto de 2010, na estação de passageiros do Porto de Leixões.

De forma a poder recolher informações sobre o comportamento no destino e níveis de satisfação e de fidelização com a Região o questionário foi aplicado depois da visita.

Os dados recolhidos foram posteriormente tratados em *software* SPSS, e com o recurso a análises univariadas e bivariadas que permitiram conhecer as características da amostra, assim como verificar a existência de diferenças estatisticamente significativas no perfil e no comportamento com base no país de origem dos inquiridos.

Capítulo 6 – Análise e Discussão dos Resultados

6.1. Introdução

No presente capítulo pretende-se apresentar os resultados obtidos com a investigação desenvolvida junto dos turistas de cruzeiros inquiridos cujos navios realizaram escala no Porto de Leixões. Foram inquiridos 173 passageiros de quatro navios de cruzeiro que realizaram escala no Porto de Leixões no mês de Agosto de 2010. A análise que se apresenta neste capítulo visa caracterizar o perfil sócio-demográfico dos inquiridos, identificar as suas principais motivações para a realização de um cruzeiro, conhecer o seu comportamento em viagem e no destino Porto/Norte Portugal. Pretende-se, igualmente, conhecer o grau de satisfação dos turistas com o cruzeiro, com o destino Porto/Norte de Portugal e com a excursão realizada (quando aplicável), assim como, conhecer a probabilidade dos turistas realizarem um novo cruzeiros com características semelhantes, de regressar ao Porto em cruzeiro ou por outro meio, e ainda de recomendar o Porto enquanto destino turístico.

Apresentamos ainda neste capítulo as análises realizadas para verificar se existem diferenças estatisticamente significativas entre os inquiridos em termos de perfil e comportamento em viagem com base no seu país de origem.

6.2. Perfil sócio-demográfico dos turistas de cruzeiros inquiridos

A caracterização sócio-demográfica dos turistas de cruzeiros cujos navios realizaram escala no Porto de Leixões será realizada com base nas seguintes variáveis:

- I. Género, idade e estado civil;
- II. Situação perante o emprego;
- III. Habilitações Literárias;
- IV. Local de residência e a nacionalidade;
- V. Rendimento mensal.

I. Género, idade e estado civil

A amostra dos inquiridos distribui-se de uma forma quase homogénea em termos de género: 55,23% dos inquiridos são do género feminino, e 44,77% são do género masculino.

Tabela nº 6.1: Avaliação da associação existente entre o género e o país de origem dos inquiridos (Teste do Qui-Quadrado)

	Estados Unidos N=47, 30,5%		Reino Unido N=88, 57,1%		Outros N=19, 12,3%		Qui-square (χ^2)	
	N	%	N	%	N	%	χ^2	p-value
Sexo							1,675	0,433
Masculino	23	33,8	35	51,5	10	14,7		
Feminino	24	27,9	53	61,6	9	10,5		

* Legenda: N – Frequência absoluta % - Frequência relativa

Através do teste de Qui-Quadrado foi possível verificar que não existe uma associação estatisticamente significativa entre o género dos visitantes e o país de origem dos visitantes (Tabela 6.1).

Os resultados obtidos no “inquérito a passageiros internacionais de cruzeiro – 2010”, promovido pelo Observatório de Turismo de Lisboa e a Administração do Porto de Lisboa revelam que dos turistas inquiridos 58,7% eram do género masculino e 41,3% do género feminino, revelando uma ligeira predominância do género masculino, enquanto na presente investigação o predomínio foi do género feminino.

Apenas foram inquiridos turistas de cruzeiros com idade superior a 18 anos, tendo-se registado como idade máxima um turista com 100 anos. A idade média dos turistas de cruzeiros inquiridos é de 61,31 anos. O grupo de turistas de cruzeiros com idade superior a 60 anos, inclusive, é o maior grupo da amostra (65,82%). Em contrapartida apenas 5,06% dos turistas inquiridos têm idade inferior a 40 anos.

Tabela nº 6.2: Diferenças estatisticamente significativas em termos de idade entre os inquiridos de acordo com o país de origem (ANOVA)

	Estados Unidos		Reino Unido		Outros		One-way ANOVA	
	N	M	N	M	N	M	F	p-value
Idade	47	59,60	77	62,44	19	57,68	1,645	0,197

* Legenda: N – Frequência absoluta M - Média

Através da análise de variância ANOVA foi possível verificar que não existem diferenças estatisticamente significativas no que concerne à idade média dos inquiridos de acordo com o seu país de origem (Tabela 6.2). De referir que se utilizou a análise de variância ANOVA, dado que os pressupostos da distribuição normal e da homocedasticidade foram verificados.

A média de idades dos turistas inquiridos no “inquérito a passageiros internacionais de cruzeiro – 2010”, OTL (2011), é de 56,6 anos.

No que concerne ao estado civil dos turistas inquiridos, e com base no gráfico seguinte, a grande maioria é casada (70,93%). Por sua vez, os turistas solteiros representam 11,05% da amostra (Figura 6.1).

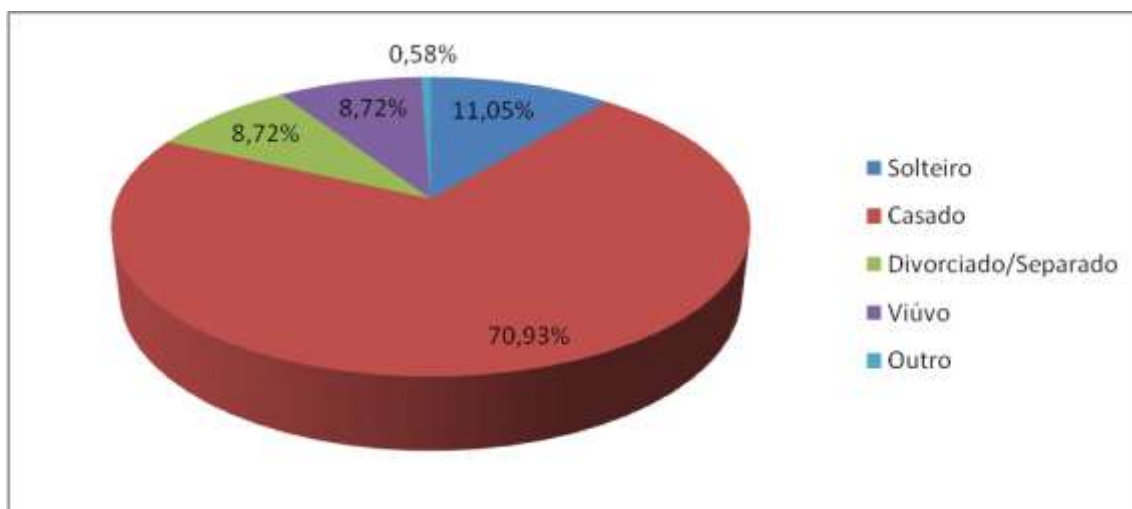


Figura nº 6.1: Estado civil dos turistas inquiridos

Tabela nº 6.3: Avaliação da associação existente entre o estado civil e o país de origem dos inquiridos (Teste do Qui-Quadrado)

	Estados Unidos N=47, 30,5%		Reino Unido N=88, 57,1%		Outros N=19, 12,3%		Qui-square (χ^2)	
	N	%	N	%	N	%	χ^2	p-value
Estado civil							1,876	0,391
Casado	35	32,4	58	53,7	15	13,9		
Outros	12	26,1	30	65,2	4	8,7		

* Legenda: N – Frequência absoluta % - Frequência relativa

Através do teste de Qui-Quadrado foi possível verificar que não existe uma associação estatisticamente significativa entre o estado civil dos inquiridos e o seu país de origem (Tabela 6.3).

Dos turistas inquiridos no “inquérito a passageiros internacionais de cruzeiro – 2010”, OTL (2011), 80,6% era casado(a) sem filhos e 9,3% casado(a) com filhos., o que significa que 89,9% dos inquiridos era casado. No caso da presente investigação a percentagem de inquiridos casados foi ligeiramente inferior (70,93%).

II. Situação perante o emprego

Mais de metade dos turistas inquiridos é reformado (56,65%), encontrando-se 41,04% da amostra a desempenhar uma actividade profissional. Dos inquiridos apenas 1,16% são estudantes, tendo a mesma representação os domésticos.

Tabela nº 6.4: Avaliação da associação existente entre a situação perante o emprego e o país de origem dos inquiridos (Teste do Qui-Quadrado)

	Estados Unidos N=47, 30,5%		Reino Unido N=88, 57,1%		Outros N=19, 12,3%		Qui-square (χ^2)	
	N	%	N	%	N	%	χ^2	p-value
Situação perante o emprego							4,719	0,094
Empregado	20	35,7	26	46,4	10	17,9		
Outros	27	27,6	62	63,3	9	9,2		

* Legenda: N – Frequência absoluta % - Frequência relativa

Através do teste de Qui-Quadrado foi possível verificar que não existe uma associação estatisticamente significativa entre a situação perante o emprego e o país de origem dos inquiridos (Tabela 6.4).

III. Habilitações literárias

A grande maioria dos turistas inquiridos, como se pode observar na Figura 6.2, possui o ensino superior 73,41%.

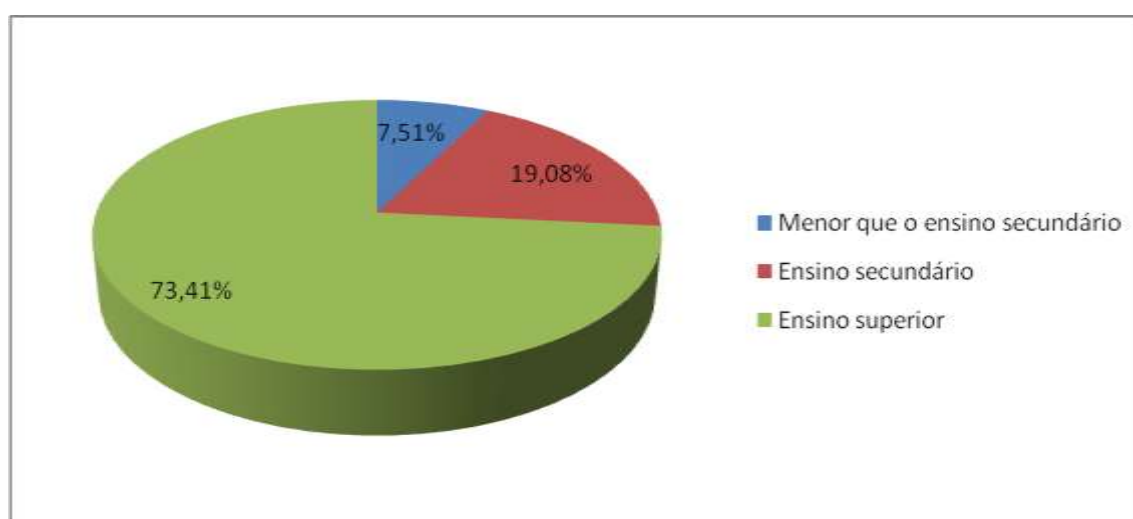


Figura nº 6.2: Habilitações literárias dos turistas inquiridos

Tabela nº 6.5: Avaliação da associação existente entre as habilitações literárias e o país de origem dos inquiridos (Teste do Qui-Quadrado)

	Estados Unidos N=47, 30,5%		Reino Unido N=88, 57,1%		Outros N=19, 12,3%		Qui-square (χ^2)	
	N	%	N	%	N	%	χ^2	p-value
Habilitações literárias							a)	
Menor secundário	0	0,0	11	100	0	0		
Ensino secundário	2	6,5	23	74,2	6	19,4		
Ensino Superior	45	40,2	54	48,2	13	11,6		

* Legenda: N – Frequência absoluta % - Frequência relativa

a) Não se verificaram os pressupostos

Tentou-se utilizar o teste de Qui-Quadrado de forma a verificar se existia uma associação estaticamente significativa entre as habilitações literárias e o país de origem dos visitantes (Tabela 6.5), contudo não se verificaram os pressupostos necessários.

IV. Local de residência e nacionalidade

No que concerne o país de residência mais de metade da amostra (57,14%) reside no Reino Unido. Dos turistas inquiridos 30,52% reside nos Estados Unidos da América, enquanto 12,34% reside noutros países como a África do Sul, Austrália e Brasil.

Mais de metade dos turistas inquiridos nasceu no Reino Unido (57,65%). Por sua vez, 28,82% da amostra nasceu nos Estados Unidos da América e 5,29% na Austrália e o mesmo valor percentual no Canadá.

A maioria (61,8%) dos turistas inquiridos no “inquérito a passageiros internacionais de cruzeiro – 2010”, OTL (2011), é Britânica, resultado bastante próximo ao obtido com a presente investigação.

V. Rendimento mensal

Em termos de rendimento médio líquido mensal por agregado familiar observa-se que uma grande parte dos turistas inquiridos tem um rendimento superior a 20.000 euros (31,65%) (Tabela 6.6). Têm um rendimento mensal entre os 2.000 euros e os 4.000 euros, 15,82% dos inquiridos, enquanto 10,13% dos turistas têm um rendimento mensal entre 6.000 euros e 8.000 euros (Tabela 6.1).

Tabela nº 6.6: Valor médio do rendimento mensal líquido do agregado familiar

Valor médio do rendimento mensal líquido do agregado familiar	N	%
]0 – 2.000€]	11	6,96%
]2.000€ - 4.000€]	25	15,82%
]4.000€ - 6.000€]	12	7,60%
]6.000€ - 8.000€]	16	10,13%
]8.000€ - 10.000€]	14	8,86%
]10.000€ - 12.000€]	9	5,70%
]12.000€ - 14.000€]	3	1,90%
]14.000€ - 16.000€]	11	6,96%
]16.000€ - 18.000€]	4	2,53%
]18.000€ - 20.000€]	3	1,90%
Mais de 20.000€	50	31,65%
Total:	158	100,00%

* Legenda: N – Frequência absoluta % - Frequência relativa

De referir que em média o agregado familiar dos turistas inquiridos é constituído por 2,39 pessoas.

6.3. Motivações

Com base nos resultados da Tabela 6.7 é possível concluir que as principais motivações para a realização do cruzeiro dos turistas inquiridos neste estudo foram conhecer outras culturas, estar num ambiente diferente, aprender/expandir o conhecimento, experimentar coisas novas e conhecer outras pessoas. De referir que, como outros motivos para a realização do cruzeiro, se destaca a procura de divertimento.

Tabela nº 6.7: Motivações dos turistas inquiridos para realizarem o cruzeiro

Motivações para a realização de o cruzeiro	N	Percentagens válidas					Estatística Descritiva	
		1	2	3	4	5	Média	Desvio Padrão
Ter uma experiência que envolve desafios ou riscos	153	32,7%	17,0%	28,1%	10,5%	11,8%	2,52	1,35
Aprender/Expandir o conhecimento	163	3,7%	1,8%	12,3%	33,1%	49,1%	4,22	0,99
Estar num ambiente calmo	160	4,4%	10,0%	27,5%	31,9%	26,3%	3,66	1,10
Experimentar coisas novas	165	3%	4,8%	13,3%	38,3%	40,6%	4,08	1,00
Conhecer-me melhor	163	9,2%	17,2%	30,1%	27,6%	16,0%	3,24	1,19
Estar num ambiente diferente	168	3,6%	2,4%	6,0%	39,9%	48,2%	4,27	0,94
Apreciar a paisagem	167	2,4%	2,4%	3,6%	25,7%	65,9%	4,50	0,87
Estar próximo da natureza	165	1,2%	15,8%	32,7%	28,5%	21,8%	3,54	1,04
Evitar as preocupações do dia-a-dia	165	4,8%	7,9%	17,6%	31,5%	38,2%	3,90	1,14
Conhecer outras pessoas	163	3,1%	3,1%	22,1%	39,9%	31,9%	3,94	0,97
Conhecer outras culturas	165	1,8%	2,4%	6,1%	32,1%	57,6%	4,41	0,86
Realizar actividades diferentes	166	3,0%	3,6%	26,5%	41,0%	25,9%	3,83	0,96
Sentir-me livre para fazer aquilo que eu quero	167	3,6%	4,2%	21,6%	37,1%	33,5%	3,93	1,02
Descansar	166	6,0%	15,1%	16,9%	33,7%	28,3%	3,63	1,21
Estar com amigos	164	9,8%	9,8%	24,4%	32,9%	23,2%	3,50	1,23
Estar com familiares	166	22,3%	16,3%	21,7%	17,5%	22,3%	3,01	1,46
Outro motivo	22	4,5%	4,5%	13,6%	9,1%	68,2%	4,32	1,17

* Legenda: 1- Discordo completamente; 5 – Concordo completamente.

Através da análise de variância ANOVA e do teste do *Kruskall-Wallis*, foi possível verificar que existem diferenças estatisticamente significativas no que concerne à motivação evitar as preocupações do dia-a-dia, à motivação realizar actividades diferentes e à motivação descansar. (Tabela 6.8). Os turistas provenientes do Reino Unido dão mais importância às motivações “evitar as preocupações do dia-a-dia” e “descansar” do que os restantes mercados. Relativamente à motivação “realizar actividades diferentes” é o mercado com origem noutros países que lhe dá mais relevância.

De referir que para além da ANOVA foi utilizado o teste não paramétrico de *Kruskall-Wallis*, quando os pressupostos da ANOVA não se verificaram.

Tabela nº 6.8: Diferenças estatisticamente significativas em termos de motivações da viagem entre os inquiridos de acordo com o país de origem (ANOVA e teste de *Kruskall-Wallis*)

Motivações	Estados Unidos		Reino Unido		Outros		One-way ANOVA		Kruskall-Wallis	
	N	M	N	M	N	M	F	p-value	F	p-value
Ter uma experiência que envolve desafios ou riscos	44	2,80	77	2,32	16	2,38	1,822	0,166		
Aprender/expandir o conhecimento	46	4,46	83	4,07	17	4,24			5,227	0,073
Estar num ambiente calmo	42	3,48	83	3,72	18	3,83	0,891	0,413		
Experimentar coisas novas	47	4,17	83	4,00	18	4,33			3,435	0,180
Conhecer-me melhor	45	2,96	83	3,28	18	3,44	1,500	0,227		
Estar num ambiente diferente	46	4,33	87	4,21	18	4,44			2,368	0,306
Apreciar a paisagem	45	4,44	87	4,49	18	4,44			0,308	0,857
Estar próximo da natureza	45	3,71	84	3,46	18	3,39	0,986	0,376		
Evitar as preocupações do dia-a-dia	46	3,52	84	4,11	17	3,94	3,986	0,021		
Conhecer outras pessoas	43	3,81	85	4,01	18	4,06	0,657	0,520		
Conhecer outras culturas	46	4,48	83	4,31	18	4,56			3,014	0,222
Realizar actividades diferentes	44	3,98	86	3,66	18	4,11			6,068	0,048
Sentir-me livre para fazer aquilo que quero	47	3,89	84	3,96	18	4,11			0,547	0,761
Descansar	46	3,15	84	3,90	18	3,28	6,688	0,002		
Estar com amigos	45	3,33	83	3,51	18	3,94			3,076	0,215
Estar com familiares	46	3,00	84	3,00	18	3,22	0,176	0,839		
Outro motivo	2	5,00	14	4,07	1	5,00			1,385	0,500

* Legenda: N – Frequência absoluta M - Média

6.4. Comportamento em viagem

A caracterização do comportamento em viagem dos turistas de cruzeiros inquiridos será realizada com base nas seguintes variáveis:

- I. Experiência na realização de cruzeiros;
- II. Composição do grupo.

I. Experiência na realização de cruzeiros

Dos turistas inquiridos a grande maioria (83,9%) já tinha realizado pelo menos um cruzeiro anteriormente, enquanto 16,1% se encontrava a realizar o seu primeiro cruzeiro. A média de cruzeiros realizados anteriormente pelos inquiridos é de 6,88. De referir que dos turistas que já tinham realizado um cruzeiro previamente 82,52% indicou que já havia realizado até dez cruzeiros, enquanto 3,88% participou em mais de quinze cruzeiros.

Dos turistas inquiridos no “inquérito a passageiros internacionais de cruzeiro – 2010”, OTL (2011), 61,3% já havia realizado um cruzeiro anteriormente, sendo este valor inferior em mais de 20% ao resultado obtido na presente investigação (83,9%).

Tabela nº 6.9: Avaliação da associação existente entre a experiência na realização de cruzeiros e o país de origem dos inquiridos (Teste do Qui-Quadrado)

	Estados Unidos N=47, 30,5%		Reino Unido N=88, 57,1%		Outros N=19, 12,3%		Qui-square (χ^2)	
	N	%	N	%	N	%	χ^2	p-value
Experiência em cruzeiros							14,103	0,001
Já havia realizado	45	36,6	67	54,5	11	8,9		
Primeiro cruzeiro	1	3,7	19	70,4	7	25,9		

* Legenda: N – Frequência absoluta % - Frequência relativa

Através do teste de Qui-Quadrado foi possível verificar que existe uma associação estatisticamente significativa entre a experiência em cruzeiros e o país de origem dos visitantes (Tabela 6.9), sendo que, os turistas provenientes dos Estados Unidos apresentam uma maior experiência na realização de cruzeiros, porque a percentagem dos que já realizaram um cruzeiro anteriormente (36,6%) é superior à percentagem que este grupo representa no total da amostra (30,5%).

II. Composição do grupo

Dos turistas inquiridos 72,5% estava a realizar o cruzeiro acompanhado por familiares, enquanto 13,8% estava acompanhado de amigos. De referir que apenas 5,6% dos turistas se encontrava a realizar o cruzeiro sozinho.

6.5. Comportamento no destino Porto/Norte de Portugal

A caracterização do comportamento no destino Porto/Norte de Portugal dos turistas de cruzeiros inquiridos será realizada com base nas seguintes variáveis:

- I. Conhecimento prévio da cidade do Porto;
- II. Forma de ocupação do tempo da escala;
 - a. Turistas que realizaram uma excursão no destino Porto/Norte de Portugal;
 - b. Turistas que visitaram o destino Porto/Norte de Portugal pelos próprios meios;
 - c. Turistas que realizaram uma excursão e visitaram o destino Porto/Norte de Portugal pelos próprios meios.

I. Conhecimento prévio da cidade do Porto

A grande maioria dos turistas inquiridos estava a visitar a cidade do Porto pela primeira vez (81,4%), enquanto 18,6% já havia visitado a cidade do Porto. Dos turistas que indicaram já ter visitado anteriormente a cidade do Porto a grande maioria apenas tinha visitado uma vez (76,7%), enquanto 13,3% indicou que esta seria a quarta visita à região.

Dos turistas inquiridos no “inquérito a passageiros internacionais de cruzeiro – 2010”, OTL (2011), 55,5% já tinham visitado a cidade de Lisboa anteriormente, sendo este valor bastante superior à percentagem de turistas que já haviam visitado a cidade do Porto (18,6%).

Tabela nº 6.10: Diferenças estatisticamente significativas entre o conhecimento prévio da cidade do Porto e o país de origem (Teste do Qui-Quadrado)

	Estados Unidos N=47, 30,5%		Reino Unido N=88, 57,1%		Outros N=19, 12,3%		Qui-square (χ^2)	
	N	%	N	%	N	%	χ^2	p-value
Conhecimento prévio da cidade do Porto							a)	
Primeira visita ao Porto	47	37,6	60	48,0	18	14,4		
Já tinha visitado o Porto	0	0	28	96,6	1	3,4		

* Legenda: N – Frequência absoluta % - Frequência relativa

a) Não se verificaram os pressupostos

II. Forma de ocupação do tempo da escala

Conforme se encontra ilustrado no gráfico seguinte uma maior percentagem dos turistas inquiridos optou por realizar uma excursão (47,1%), enquanto 35,5% preferiu visitar a região pelos seus próprios meios.

Dos turistas inquiridos no “inquérito a passageiros internacionais de cruzeiro – 2010”, OTL (2011), 50,5% optou por visitar a cidade de Lisboa pelos próprios meios, enquanto 48,8% realizou uma excursão com guia organizada pela companhia que opera o navio.

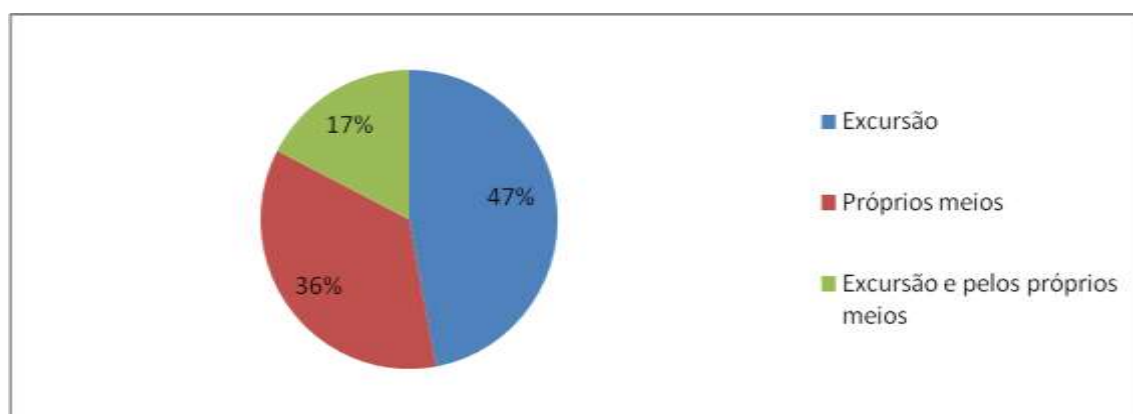


Figura nº 6.3: Forma de ocupação do tempo de escala

a. Turistas que realizaram uma excursão no destino Porto/Norte de Portugal

A maior parte dos turistas inquiridos (Figura 6.3) optou por realizar uma excursão no destino Porto/Norte de Portugal (47% realizaram apenas excursão e 17% para além da excursão visitou o destino pelos seus próprios meios). Mais de metade dos inquiridos que realizaram uma excursão fizeram a sua aquisição a bordo do navio de cruzeiro (54,43%). De referir que 22,78% optou por comprar a sua excursão numa agência de viagens, enquanto 13,92% preferiu adquiri-la através do site da companhia de cruzeiro.

As excursões mais realizadas foram a “*Oporto City Tour*” (36,51%), a “*Oporto City Tour and Tasting*” (17,46%) e a “*Port Wine & Douro River Cruise*” (14,29%) (Tabela 6.11). O custo médio das excursões foi de 76,55€ e a duração média de 3 horas e 55 minutos.

Tabela nº 6.11: Excursões realizadas no destino Porto/Norte de Portugal

Excursão	N	%
<i>Guimarães – Birthplace of a Nation</i>	6	9,52%
<i>Oporto City Tour</i>	23	36,51%
<i>Oporto on your own</i>	3	4,76%
<i>Port Wine & Douro River Cruise</i>	9	14,29%
<i>Quinta da Aveleda – Green Wine</i>	0	0,00%
<i>City Tour</i>	1	1,59%
<i>Azulejos of Oporto</i>	0	0,00%
<i>Oporto City Tour and Tasting</i>	11	17,46%
<i>Guimarães</i>	0	0,00%
<i>Oporto Golf Club</i>	0	0,00%
<i>Highlights of Oporto</i>	2	3,17%
<i>Oporto Highlights</i>	1	1,59%
<i>The Charming Minho Province</i>	0	0,00%
<i>The Skies of Oporto By Helicopter</i>	0	0,00%
<i>Transfer to Oporto</i>	0	0,00%
<i>The Medieval City of Guimarães</i>	3	4,76%
<i>Oporto Sights & River Cruise</i>	2	3,17%
<i>Ancient Braga</i>	1	1,59%
<i>Outra</i>	1	1,59%
Total:	63	100,00%

* Legenda: N – Frequência absoluta % - Frequência relativa

b. Turistas que visitaram o destino Porto/Norte de Portugal pelos próprios meios

Com base na tabela seguinte (Tabela 6.12) e relativamente aos motivos indicados e avaliados pelos turistas inquiridos, que visitaram o destino Porto/Norte de Portugal pelos seus próprios meios, para não terem realizado uma excursão o motivo que apresenta uma média mais elevado é o “outro motivo” com 4,38, não obstante apenas 8 inquiridos preencheram esta opção, pelo que na nossa opinião o valor perde alguma significância estatística. Nesse sentido, consideramos como principal motivo para não realizar uma excursão o factor preço e como segundo motivo o facto dos inquiridos não gostarem de excursões.

Tabela nº 6.12: Motivos dos turistas inquiridos para não realizarem uma excursão

Motivos para não realizar uma excursão	N	Frequência Relativa					Estatística Descritiva	
		1	2	3	4	5	Média	Desvio Padrão
Preço da excursão	34	23,5%	8,8%	23,5%	14,7%	29,4%	3,18	1,55
Itinerário da excursão	27	14,8%	11,1%	48,1%	18,5%	7,4%	2,93	1,11
Já tinha visitado o Porto	25	64,0%	0,0%	16,0%	4,0%	16,0%	2,08	1,58
Não gosto de excursões	39	17,9%	5,1%	33,3%	30,8%	12,8%	3,15	1,27
As excursões oferecidas não me agradam	28	25,0%	17,9%	28,6%	28,6%	0,0%	2,61	1,17
Outro motivo	8	0,0%	0,0%	25,0%	12,5%	62,5%	4,38	0,92

* Legenda: 1- Discordo completamente; 5 – Concordo completamente.

Tabela nº 6.13: Diferenças estatisticamente significativas em termos de motivos para não ter realizado uma excursão de acordo com o país de origem (ANOVA e teste de *Kruskall-Wallis*)

Motivos para não ter realizado uma excursão	Estados Unidos		Reino Unido		Outros		One-way ANOVA		<i>Kruskall-Wallis</i>	
	N	M	N	M	N	M	F	p-value	Chi-square	p-value
Preço da excursão	9	2,56	16	3,25	5	4,20	1,911	0,167		
Itinerário da excursão	7	2,43	12	2,75	5	3,80	2,485	0,107		
Já tinha visitado o Porto	6	1,33	14	2,64	4	1,50			3,139	0,208
Não gosto de excursões	10	3,80	18	3,22	6	2,67	2,043	0,147		
As excursões oferecidas não me agradam	6	2,83	12	2,58	7	2,43	0,187	0,831		
Outro motivo	3	4,33	4	4,25	1	5,00	0,212	0,816		

* Legenda: N – Frequência absoluta M – Média

Através da análise de variância ANOVA e do teste do *Kruskall-Wallis*, foi possível verificar que não existem diferenças estatisticamente significativas no que concerne às razões que contribuíram para os turistas inquiridos não terem realizado uma excursão de acordo com o país de origem (Tabela 6.13).

Em relação aos meios de transporte utilizados pelos turistas inquiridos que optaram por visitar o porto pelos próprios meios, a maioria optou por visitar a região a pé (38,81%) ou de táxi (37,31%).

c. Turistas que realizaram uma excursão e visitaram o destino Porto/Norte de Portugal pelos próprios meios

Como já foi demonstrando na Figura 6.3 a percentagem dos turistas inquiridos que optaram por realizar uma excursão e para além disso visitar o destino Porto/Norte de Portugal pelos próprios meios foi de 17%. As excursões foram adquiridas principalmente em terra (44%), a bordo do navio de cruzeiro (24%) e através da companhia de cruzeiro (20%).

Das excursões mais realizadas, e com base nos dados da Tabela 6.14, destacam-se a “Oporto on your own” (38,46%) e a “Oporto City Tour” (19,23%). De referir que 23,08% dos inquiridos indicou que havia realizado uma outra excursão, sendo que desses a grande maioria apanhou um *shuttle* (66,67%) que fazia a ligação à cidade do Porto. O valor médio pago pelas excursões foi de 23,68€ e a duração de cerca de três horas e onze minutos.

Como outros meios de transporte utilizados pelos turistas inquiridos, que optaram, para além da excursão, por visitar o Porto pelos seus próprios meios, o mais utilizado foi o autocarro turístico (51,43%).

Tabela nº 6.14: Excursões realizadas no destino Porto/Norte de Portugal

Excursão	N	%
Guimarães – Birthplace of a Nation	0	0,00
Oporto City Tour	5	19,23
Oporto on your own	10	38,46
Port Wine & Douro River Cruise	0	0,00
Quinta da Aveleda – Green Wine	0	0,00
City Tour	2	7,69
Azulejos of Oporto	0	0,00
Oporto City Tour and Tasting	0	0,00
Guimarães	1	3,85
Oporto Golf Club	0	0,00
Highlights of Oporto	1	3,85
Oporto Highlights	0	0,00
The Charming Minho Province	0	0,00
The Skies of Oporto By Helicopter	0	0,00
Transfer to Oporto	0	0,00
The Medieval City of Guimarães	0	0,00
Oporto Sights & River Cruise	0	0,00
Ancient Braga	1	3,85
Outra	6	23,08
Total:	26	100,00%

* Legenda: N – Frequência absoluta % - Frequência relativa

6.6. Avaliação do cruzeiro e fidelização

Relativamente ao grau de satisfação com o cruzeiro que se encontravam a realizar, 58,79% dos inquiridos referiu que se encontrava muito satisfeito e 31,52% que se encontravam satisfeitos. Já em relação à probabilidade de voltar a

realizar um cruzeiro com as mesmas características, 42,33% dos inquiridos indicou que era provável e 34,97% que era mesmo muito provável.

Tabela nº 6.15: Diferenças estatisticamente significativas em termos de grau de satisfação com o cruzeiro de acordo com o país de origem (Teste de *Kruskall-Wallis*)

	Estados Unidos		Reino Unido		Outros		<i>Kruskall-Wallis</i>	
	N	M	N	M	N	M	Chi-square	p-value
Grau da satisfação com o cruzeiro	43	4,35	87	4,41	19	4,53	0,960	0,619

* Legenda: N – Frequência absoluta M - Média

Tabela nº 6.16: Diferenças estatisticamente significativas em termos de grau de fidelização com o cruzeiro de acordo com o país de origem (Teste de *Kruskall-Wallis*)

	Estados Unidos		Reino Unido		Outros		<i>Kruskall-Wallis</i>	
	N	M	N	M	N	M	Chi-square	p-value
Grau de fidelização com o cruzeiro	44	3,98	83	4,00	19	4,11	0,456	0,796

* Legenda: N – Frequência absoluta M - Média

Através da análise do teste do *Kruskall-Wallis*, foi possível verificar que não existem diferenças estatisticamente significativas no que concerne ao grau de satisfação (Tabela 6.15) e ao grau de fidelização (Tabela 6.16) com o cruzeiro de acordo com o país de origem.

6.7. Importância dos atributos dos terminais de passageiros

Os turistas inquiridos, e com base nos dados da Tabela 6.17, consideram como atributos mais importantes de um terminal de passageiros o rápido controlo alfandegário, uma atitude positiva por parte dos funcionários do terminal, a existência de serviços higiénicos e o facto de um terminal ter instalações modernas.

Tabela nº 6.17: Avaliação dos atributos dos portos de passageiros

Atributos dos Portos de passageiros	N	Frequência Relativa					Estatística Descritiva	
		1	2	3	4	5	Média	Desvio Padrão
Rápido controlo alfandegário	155	4,52%	1,94%	9,68%	27,10%	56,77%	4,30	1,03
Atitude positiva dos funcionários do terminal	155	3,87%	1,94%	12,26%	27,10%	54,84%	4,27	1,01
Locais interessantes para ver no terminal	145	8,28%	13,10%	31,72%	32,41%	14,48%	3,32	1,13
Actividades de entretenimento no terminal	146	19,18%	17,12%	35,62%	23,29%	4,79%	2,77	1,15
Instalações modernas do terminal	152	4,61%	5,92%	21,71%	41,45%	26,32%	3,79	1,05
Boas instalações de acolhimento do terminal	150	6,00%	2,67%	16,67%	42,00%	32,67%	3,93	1,07
Serviços higiénicos	151	5,30%	5,96%	12,58%	33,77%	42,38%	4,02	1,13
Restaurantes/ <i>snack-bar</i>	146	13,01%	13,01%	37,67%	19,86%	16,44%	3,14	1,22
<i>Fast-food</i>	140	25,71%	20,71%	37,86%	10,00%	5,71%	2,49	1,15
Supermercado	141	24,82%	17,73%	36,17%	13,48%	7,80%	2,62	1,22
Farmácia	141	20,57%	18,44%	36,17%	13,48%	11,35%	2,77	1,25
Postos de comunicação	142	16,90%	8,45%	32,39%	22,54%	19,72%	3,20	1,32
Loja de artesanato	140	23,57%	17,14%	36,43%	11,43%	11,43%	2,70	1,27
Loja de <i>souvenirs</i>	142	18,31%	17,61%	33,10%	18,31%	12,68%	2,89	1,26
Papelarias e livrarias	142	17,61%	15,49%	36,62%	19,01%	11,27%	2,91	1,23

* Legenda: 1- Nada importante; 5 – Muito importante.

Tabela nº 6.18: Diferenças estatisticamente significativas em termos de avaliação dos atributos de Portos de passageiros de acordo com o país de origem (ANOVA e teste de *Kruskall-Wallis*)

Atributos dos Portos de passageiros	Estados Unidos		Reino Unido		Outros		One-way ANOVA		Kruskall-Wallis	
	N	M	N	M	N	M	F	p-value	Chi-square	p-value
Rápido controlo alfandegário	45	4,47	75	4,28	17	4,47			0,691	0,708
Atitude positiva dos funcionários do terminal	45	4,31	74	4,38	19	4,37			0,251	0,882
Locais interessantes para ver no terminal	42	3,26	71	3,24	18	3,50	0,402	0,670		
Actividades de entretenimento no terminal	44	2,73	69	2,70	19	2,79	0,050	0,951		
Instalações modernas do terminal	45	3,71	74	3,81	19	3,95			0,214	0,899
Boas instalações de acolhimento no terminal	42	3,79	73	4,95	19	4,00			1,629	0,443
Serviços higiénicos	41	3,95	75	4,23	19	3,84			4,278	0,118
Restaurante/ <i>Snack-bar</i>	41	3,10	70	3,13	19	3,11	0,009	0,991		
<i>Fast-food</i>	40	2,60	68	2,31	19	2,79	1,664	0,194		
Supermercado	40	2,55	68	2,63	19	2,89	0,532	0,589		
Farmácia	41	2,54	66	2,76	19	3,11	1,485	0,231		
Postos de comunicações	40	3,13	69	3,16	19	3,42	0,371	0,691		
Loja de artesanato	40	2,93	67	2,51	19	3,05	2,153	0,120		
Loja de souvenirs	42	3,05	66	2,62	19	3,53	4,400	0,014		
Papelaria e livrarias	43	3,02	67	2,82	19	3,16	0,747	0,476		

* Legenda: 1- Nada importante; 5 – Muito importante.

Através da análise de variância ANOVA e do teste do *Kruskall-Wallis*, foi possível verificar que existem diferenças estatisticamente significativas no que concerne a avaliação da importância dos atributos de um terminal em relação ao país de origem, no atributo lojas de souvenirs, verificando-se que foi o mercado com origem no Reino Unido que menor importância atribuiu a este atributo,

enquanto o mercado com origem nos outros países foi o que lhe concedeu mais relevância (Tabela 6.18).

6.8. Caracterização do comportamento de viagem no destino Porto e avaliação do destino

A caracterização da avaliação do destino Porto/Norte de Portugal dos turistas de cruzeiros inquiridos será realizada com base nas seguintes variáveis:

- I. Avaliação dos pontos mais positivos e mais negativos do destino;
- II. Despesas e tipo de despesas efectuadas no destino;
- III. Importância da escala no Porto para a realização do cruzeiro;
- IV. Avaliação da informação fornecida a bordo do navio sobre o destino Porto/Norte de Portugal;
- V. Avaliação do tempo de duração da escala no Porto;
- VI. Avaliação do grau de satisfação com o destino;
- VII. Avaliação das instalações da estação de passageiros do Porto de Leixões.

I. Avaliação dos pontos mais positivos e mais negativos do destino

Os principais aspectos positivos referenciados relativamente à avaliação do destino Porto/Norte de Portugal foram a simpatia das pessoas, logo seguido da arquitectura, da história e do cenário.

Como principais pontos negativos os dois grandes factores referidos pelos turistas inquiridos foram o facto de muitas lojas se encontrarem encerradas e a existência de edifícios em mau estado de conservação.

II. Despesas e tipo de despesas efectuadas no destino

Em média os turistas inquiridos gastaram durante a sua escala, e por pessoa, cerca de 56,03€.

Em médio os turistas inquiridos no “inquérito a passageiros internacionais de cruzeiro – 2010”, OTL (2011), gastaram durante a sua escala 60,08€. Estes valores são relativamente semelhantes aos obtidos neste estudo.

Tabela nº 6.19: Diferenças estatisticamente significativas em termos de valor gasto em média por pessoa durante a escala de acordo com o país de origem (ANOVA)

	Estados Unidos		Reino Unido		Outros		One-way ANOVA	
	N	M	N	M	N	M	F	p-value
Valor gasto em média por pessoa durante a escala	42	117,61	61	41,51	18	58,00	3,492	0,034

* Legenda: N – Frequência absoluta M - Média

Através da análise da variância ANOVA, foi possível verificar que existem diferenças estatisticamente significativas no que concerne o valor gasto em média por pessoa durante a escala e o país de origem (Tabela 6.19), tendo-se observado que as despesas mais elevadas foram realizadas pelo mercado dos Estados Unidos.

Conforme os dados Tabela 6.20, pode-se verificar que os produtos onde os turistas inquiridos gastaram mais dinheiro foram as excursões organizadas (em média 24,45€) e com compras (em média 17,63€).

Tabela nº 6.20: Despesas efectuadas no destino Porto/Norte de Portugal

Tipo de despesa	N	Média	Mínimo	Máximo	Desvio Padrão
Excursão organizada	113	24,45€	0,00€	234,00€	43,59
Transportes (sem excursão)	113	3,25€	0,00€	32,00€	7,95
Alimentos	113	5,52€	0,00€	61,00€	10,84
Bebidas	113	4,75€	0,00€	60,00€	10,51
Visita a Monumentos/Museus/Atracções	113	1,45€	0,00€	45,00€	6,09
Compras	113	17,63€	0,00€	200,00€	36,06
Outra despesa	113	1,14€	0,00€	35,00€	5,18

* Legenda: N – Frequência absoluta

Tabela nº 6.21: Diferenças estatisticamente significativas em termos de tipo de despesas efectuadas durante a escala de acordo com o país de origem (ANOVA e teste de *Kruskall-Wallis*)

Despesas efectuadas durante a escala	Estados Unidos		Reino Unido		Outros		One-way ANOVA		Kruskall-Wallis	
	N	M	N	M	N	M	F	p-value	Chi-square	p-value
Excursão organizada	35	50,26	52	13,21	15	6,20			13,260	0,001
Transportes (sem excursão)	35	4,38	52	1,08	15	7,93			12,560	0,002
Alimentos	35	7,63	52	4,78	15	5,40	0,681	0,509		
Bebidas	35	1,39	52	5,44	15	9,33			4,666	0,097
Visita a Monumentos/ Museus/ Atracções	35	1,27	52	1,92	15	1,33	0,123	0,885		
Compras	35	31,35	52	8,75	15	27,13			5,331	0,070
Outras despesas	35	1,90	52	0,60	15	1,33	0,628	0,536		

* Legenda: N – Frequência absoluta M - Média

Através da análise de variância ANOVA e do teste do *Kruskall-Wallis*, foi possível verificar que existem diferenças estatisticamente significativas nas despesas efectuadas em excursões organizadas e em transportes de acordo com o país de origem (Tabela 6.21). Os turistas provenientes dos Estados Unidos gastam mais em excursões organizadas do que os restantes mercados. Por sua vez, os turistas com origem nos outros países gastam mais em transportes (sem excursão) do que os turistas de cruzeiros provenientes dos Estados Unidos e do Reino Unido.

Dos inquiridos que indicaram o que tinham comprado durante a escala no Porto de Leixões de referir que cinquenta e nove adquiriram vinho, trinta e sete postais, trinta e três compraram *souvenirs* e comida e vinte e dois gastaram dinheiro com pastelaria. Estes dados evidenciam claramente a importância do produto vinho do Porto para os turistas de cruzeiros que fizeram escala no Porto de Leixões.

III. Importância da escala no Porto para a realização do cruzeiro

Os turistas inquiridos sobre se realizariam o cruzeiro em questão, mesmo no caso da cidade do Porto não estar incluída no itinerário do cruzeiro,

responderam na grande maioria que seria provável (36,09%) ou muito provável (36,09%) terem optado na mesma pelo cruzeiro. Estes valores revelam que a maioria dos turistas inquiridos não considera como factor decisivo o facto do Porto fazer ou não parte do itinerário do seu cruzeiro, o que pode demonstrar que existe potencial de crescimento e valorização do destino Porto enquanto destino de cruzeiros marítimos.

Dos turistas inquiridos no “inquérito a passageiros internacionais de cruzeiro – 2010”, OTL (2011), 3,7% teria realizado na mesma o cruzeiro caso a cidade de Lisboa não integrasse o itinerário e 12,6% não teria realizado o cruzeiro, sendo que estes resultados revelam que o facto de Lisboa integrar o itinerário de um cruzeiro é um factor mais decisivo para a sua realização, do que o destino Porto.

Tabela nº 6.22: Diferenças estatisticamente significativas em termos de importância da escala no Porto de acordo com o país de origem (Teste de *Kruskall-Wallis*)

	Estados Unidos		Reino Unido		Outros		<i>Kruskall-Wallis</i>	
	N	M	N	M	N	M	Chi-square	p-value
Importância do Porto como escala	47	3,79	87	3,89	17	4,29	0,961	0,618

* Legenda: N – Frequência absoluta M - Média

Através da análise de variância do teste do *Kruskall-Wallis*, foi possível verificar que não existem diferenças estatisticamente significativas entre a importância da escala no Porto e o país de origem (Tabela 6.22).

IV. Avaliação da informação fornecida a bordo do navio sobre o destino Porto/Norte de Portugal

Quanto à informação fornecida a bordo do navio de cruzeiro relativamente ao destino Porto/Norte de Portugal 40% dos inquiridos considera a informação suficiente, enquanto 27,65% dos inquiridos considera a informação boa e 17,65% muito boa. O facto de 40% dos inquiridos considerarem a informação fornecida a bordo como suficiente poderá ser indicador que ainda existe algum trabalho a ser

desenvolvido relativamente à informação fornecida a bordo para que a maioria dos passageiros possa classificar essa informação como boa ou muito boa.

Tabela nº 6.23: Diferenças estatisticamente significativas em termos de avaliação da informação fornecida a bordo sobre o destino e o país de origem (ANOVA)

	Estados Unidos		Reino Unido		Outros		One-way ANOVA	
	N	M	N	M	N	M	F	p-value
Avaliação da informação fornecida a bordo sobre o destino Porto	47	3,47	87	3,54	18	3,39	0,213	0,808

* Legenda: N – Frequência absoluta M - Média

Através da análise de variância ANOVA, foi possível verificar que não existem diferenças estatisticamente significativas na avaliação da informação fornecida a bordo sobre o destino de acordo com o país de origem (Tabela 6.23).

V. Avaliação do tempo de duração da escala no Porto de Leixões

Relativamente ao tempo de duração da escala 42,86% dos turistas inquiridos considerou a escala como curta, 36,9% como adequada e 19,05% como muito curta. De salientar que nenhum dos inquiridos considerou a escala como muito longa.

Tabela nº 6.24: Diferenças estatisticamente significativas na avaliação da duração da escala de acordo com o país de origem (Teste de *Kruskall-Wallis*)

	Estados Unidos		Reino Unido		Outros		<i>Kruskall-Wallis</i>	
	N	M	N	M	N	M	Chi-square	p-value
Avaliação da duração da escala	47	2,13	86	2,27	18	2,11	1,294	0,524

* Legenda: N – Frequência absoluta M - Média

Através da análise de variância do teste do *Kruskall-Wallis*, foi possível verificar que não existem diferenças estatisticamente significativas entre a avaliação da duração da escala de acordo com o país de origem (Tabela 6.24).

Foi igualmente analisado se existia uma associação estatisticamente significativa (correlação não-paramétrica *Spearman's*) entre a duração da escala

e a variável “como classifica o tempo de duração da escala do cruzeiro no Porto”, não se tendo observado uma relação estatisticamente significativa (Tabela 6.25).

Tabela nº 6.25: Correlação entre a duração da escala e a avaliação da duração da mesma

	Classificação da duração da escala
Duração da escala	Coeficiente de correlação – 0,039 Significância (sig) – 0,620 N – 168

* Legenda: N – Frequência absoluta

VI. Avaliação do grau da satisfação com o destino

Dos turistas inquiridos 41,29% ficou satisfeito com o destino Porto/Norte de Portugal, 39,35% ficaram muito satisfeitos, tendo apenas 1,94% ficado muito insatisfeito.

Nos casos aplicáveis dos turistas inquiridos que realizaram uma excursão durante a escala do seu navio no porto de Leixões, 41,12% ficou satisfeito e 35,51% ficou mesmo muito satisfeito. De referir que apenas 4,67% dos inquiridos que realizaram uma excursão ficaram muito insatisfeitos.

Tabela nº 6.26: Diferenças estatisticamente significativas no grau de satisfação com o destino e a excursão de acordo com o país de origem (Teste de *Kruskal-Wallis*)

Grau de Satisfação	Estados Unidos		Reino Unido		Outros		<i>Kruskal-Wallis</i>	
	N	M	N	M	N	M	Chi-square	p-value
Destino	42	3,93	78	4,27	19	4,16	3,961	0,138
Excursão	33	3,76	52	4,27	10	4,19	5,528	0,063

* Legenda: N – Frequência absoluta M - Média

Através da análise de variância do teste do *Kruskal-Wallis*, foi possível verificar que não existem diferenças estatisticamente significativas entre o grau de satisfação com o destino e com a excursão de acordo com o país de origem (Tabela 6.26).

Foi analisado se existia uma associação estaticamente significativa (correlação não-paramétrica *Spearman's*) entre a duração da escala e a variável “grau de satisfação com o destino Porto/Região Norte de Portugal”, tendo se observado uma relação estatisticamente significativa positiva entre a duração da

escala e a satisfação com o destino. Através desta análise pode-se concluir que quanto maior a duração da escala maior o grau de satisfação com o destino Porto /Região Norte de Portugal (Tabela 6.27).

Tabela nº 6.27: Correlação entre a duração da escala e o grau de satisfação com o destino

	Grau de satisfação com o destino
Duração da escala	Coeficiente de correlação – 0,226 Significância (sig) – 0,005 N – 155

* Legenda: N – Frequência absoluta

VII. Avaliação das instalações da estação de passageiros do porto de Leixões

Relativamente à análise das instalações da estação de passageiros do porto de Leixões 47,13% dos inquiridos classificou-as como boas, 33,76% como regulares, 17,2% como excelentes, e apenas 1,27% dos inquiridos como péssimas.

Tabela nº 6.28: Diferenças estatisticamente significativas na avaliação das instalações do terminal do Porto de Leixões de acordo com o país de origem (ANOVA)

	Estados Unidos		Reino Unido		Outros		One-way ANOVA	
	N	M	N	M	N	M	F	p-value
Avaliação instalações do terminal	43	4,02	79	3,75	18	3,56	3,003	0,053

* Legenda: N – Frequência absoluta M - Média

Através da análise de variância ANOVA e do teste do *Kruskall-Wallis*, foi possível verificar que não existem diferenças estatisticamente significativas entre a avaliação das instalações da estação de passageiros do Porto de Leixões de acordo com o país de origem (Tabela 6.28).

6.9. Fidelização ao destino Porto/Norte de Portugal

Quando questionados sobre se realizariam um cruzeiros que tivesse início e/ou terminasse no Porto de Leixões, 29,41% dos inquiridos considerou esta hipótese improvável, enquanto 21,76% consideraram pouco improvável. De referir que 19,41% considera provável, e 14,12% muito provável, iniciarem e/ou terminarem um cruzeiro no Porto.

Tabela nº 6.29: Diferenças estatisticamente significativas em termos de probabilidade de iniciar e/ou terminar um cruzeiro no Porto de acordo com o país de origem (ANOVA)

	Estados Unidos		Reino Unido		Outros		One-way ANOVA	
	N	M	N	M	N	M	F	p-value
Probabilidade de iniciar e/ou terminar um cruzeiro no Porto	47	3,17	87	2,74	18	3,11	1,990	0,140

* Legenda: N – Frequência absoluta M - Média

Através da análise de variância ANOVA, foi possível verificar que não existem diferenças estatisticamente significativas entre a probabilidade de um turista iniciar e/ou terminar um cruzeiro no Porto de acordo com o país de origem (Tabela 6.29). Este resultado poderá dever-se ao facto dos turistas que residem nos Estados Unidos para iniciarem um cruzeiro na Europa já realizarem uma deslocação, e no caso dos turistas Europeus o Porto é uma cidade bem servida de ligações aéreas.

Relativamente à probabilidade dos turistas inquiridos voltarem ao Porto em cruzeiro 30,82% consideraram esta hipótese provável, sendo que, 20,13% avaliaram esta hipótese como muito provável.

Quanto à possibilidade dos inquiridos regressarem ao Porto mas sem ser em cruzeiro, 24,5% classifica esta hipótese como improvável, sendo que, 23,85% já considera a hipótese como provável, chegando mesmo 14,57% dos inquiridos a seleccionar a opção muito provável.

Em relação à probabilidade de recomendar o destino Porto a maioria dos inquiridos (30,63%) considera muito provável fazer a recomendação, contra

apenas 5% a considerar muito improvável fazê-lo. De referir ainda que 35% dos inquiridos considera provável recomendar o destino Porto.

Tabela nº 6.30: Diferenças estatisticamente significativas em termos de grau de fidelização com o destino de acordo com o país de origem (ANOVA e teste de *Kruskal-Wallis*)

Grau de Fidelização	Estados Unidos		Reino Unido		Outros		One-way ANOVA		Kruskal-Wallis	
	N	M	N	M	N	M	F	p-value	Chi-square	p-value
Voltar ao destino em cruzeiro	43	3,26	81	3,48	18	3,83			3,608	0,165
Voltar ao destino por outro meio	41	3,05	77	3,04	19	3,00	0,009	0,991		
Recomendar o destino	45	3,80	80	3,84	19	3,89			0,110	0,947

* Legenda: N – Frequência absoluta M - Média

Através da análise de variância ANOVA e do teste do *Kruskal-Wallis*, foi possível verificar que não existem diferenças estatisticamente significativas no grau de fidelização com o destino de acordo com o país de origem (Tabela 6.30).

Dos turistas inquiridos no “inquérito a passageiros internacionais de cruzeiro – 2010”, OTL (2011), 98,6% recomendam Lisboa como ponto de passagem de cruzeiro e como destino turístico.

Foi analisado se existia uma associação estatisticamente significativa (correlação não-paramétrica *Spearman's*) entre a duração da escala e as variáveis “voltar ao Porto num cruzeiro”, “voltar ao Porto sem ser em cruzeiro” e “recomendar o destino Porto”, não se tendo observado associações estatisticamente significativas (Tabela 6.31).

Tabela nº 6.31: Correlação entre a duração da escala com a fidelização

	Duração da escala
Probabilidade de voltar ao Porto em cruzeiro	Coeficiente de correlação – 0,075 Significância (sig) – 0,347 N – 159
Probabilidade de voltar ao Porto sem ser em cruzeiro	Coeficiente de correlação – 0,125 Significância (sig) – 0,125 N – 151
Probabilidade de recomendar o destino Porto	Coeficiente de correlação – 0,136 Significância (sig) – 0,087 N – 160

* Legenda: N – Frequência absoluta

6.10. Conclusão

Pretendeu-se, com este capítulo, caracterizar o perfil sócio-demográfico dos turistas de cruzeiros que fazem escala no Porto de Leixões, as suas motivações, comportamento em viagem e no destino, assim como, os seus graus de satisfação e de fidelização.

Através da aplicação de 173 questionários a passageiros de quatro navios de cruzeiro que realizaram escala em Agosto de 2010 no Porto de Leixões, foi possível recolher informação que permitiu responder aos objectivos desta investigação.

Podemos concluir que a idade média dos turistas de cruzeiros que foram inquiridos neste estudo é 61,31 anos, na sua maioria casado(a) (70,93%), reformado(a) (56,65%), com frequência de ensino superior (73,41%), residindo 57,14% no Reino Unido e 30,52% nos Estados Unidos da América.

As principais motivações para estes turistas estarem a realizar um cruzeiro são conhecer outras culturas, estar num ambiente diferente, aprender/expandir o conhecimento, experimentar coisas novas e conhecer outras pessoas.

De salientar que 83,9% dos inquiridos já havia realizado pelo menos um cruzeiro anteriormente, e que 65,78% encontrava-se a realizar o cruzeiro acompanhado do marido/mulher/companheiro(a).

Dos inquiridos 81,4% encontrava-se a visitar o Porto pela primeira vez, tendo 64% optado por realizar uma excursão organizada neste destino. Os principais motivos apresentados para a não realização de uma excursão foram o preço e o facto de não gostarem de excursões.

Mais de 80% dos turistas inquiridos encontrava-se satisfeito ou muito satisfeito com o cruzeiro que estava a realizar e 34,97% considerava muito provável voltar a realizar um cruzeiro com as mesmas características.

Dos principais atributos que os turistas inquiridos consideram relevante encontrar num terminal de passageiros destacam-se o rápido controlo alfandegário, atitude positiva dos funcionários do terminal, a existência de wc's e boas instalações de acolhimento no terminal.

Da avaliação do destino Porto/Região Norte de Portugal os inquiridos destacam como principal ponto positivo a simpatia das pessoas e como ponto negativo o facto de terem encontrado muitas lojas fechadas. De referir que o primeiro dia da aplicação do questionário calhou a um domingo o que poderá justificar a ausência de mais lojas abertas.

A maioria dos inquiridos referiu como valor do rendimento médio mensal líquido do agregado familiar (31,65%) 20.000€, tendo o gasto médio de cada passageiro no destino sido de 56,03%.

Capítulo 7 – Conclusões e recomendações

7.1. Conclusões

Segundo Ward (2010) um cruzeiro é um tipo de férias que permite aos seus passageiros fugir do stress e das pressões da vida quotidiana.

Até à metade do século passado, o transporte por barco era utilizado apenas como isso mesmo, um meio de deslocação de um local para o outro, porém, com a chegada da aviação comercial às travessias do Oceano Atlântico, na década de 1950, deu-se uma mudança significativa na oferta existente quer a nível de itinerários quer a nível da oferta e serviços fornecidos a bordo.

Neste sentido, com a diminuição crescente do número de passageiros a atravessar o Atlântico por barco as companhias da época tinham duas hipóteses: ou reinventavam o produto ou encerravam. Muitas sucumbiram à diminuição na procura mas outras rumaram até sul para a região quente das Caraíbas. E assim se desenvolvia a indústria de cruzeiros, um dos sectores da actividade turística com maior procura e crescimento.

Actualmente, encontram-se nos navios passageiros de todas as idades que têm ao seu dispor tripulações atenciosas e uma vasta oferta de serviços, entretenimento, gastronomia, espectáculos e tratamentos de *spa*.

Um dos grandes factores de atractividade de um cruzeiro é o facto de apenas se desfazer e fazer as malas uma vez, ficando em poucos dias a conhecer uma panóplia de destinos.

Em 2010 mais de 18 milhões de pessoas realizaram um cruzeiro (Wild (2011), sendo que por Portugal passaram mais de 1 milhão desses turistas (APL, 2011).

O Porto de Leixões recebe em média anualmente mais de 20.000 turistas de cruzeiros, contudo com a construção do novo terminal de cruzeiros prevê-se que este número venha a crescer rapidamente. Factores como o facto do novo cais de cruzeiros permitir a atracagem de navios até 300m de comprimento irão permitir que mais turistas cheguem de uma só vez a Leixões, assim como todas

as acções de promoção que têm sido desenvolvidas pela APDL, com destaque para a *Cruise Atlantic Europe*.

Com a aplicação do inquérito por questionário deste projecto foi possível recolher dados primários que caracterizam o perfil do turista de cruzeiros no Porto de Leixões, assim como conhecer as suas motivações, comportamento em viagem e no destino e o seu grau de satisfação e de fidelização com o destino Porto/Norte de Portugal.

Tendo em conta que mais de metade da amostra considera provável ou muito provável ter realizado o cruzeiro em questão mesmo que o Porto não integrasse o itinerário, consideramos que ainda é necessário desenvolver muitas acções de promoção do destino como forma de cativar mais turistas e por consequência levar mais companhias de cruzeiro a integrarem o Porto de Leixões nos seus itinerários.

Concluimos também que é possível reforçar a qualidade da informação fornecida a bordo dos navios de cruzeiro sobre este destino, tendo em conta que quase metade da amostra (40%) apenas classificou como suficiente a informação recebida a bordo.

Foi possível igualmente verificar que quanto maior a duração da escala no destino Porto/Norte de Portugal mais elevado é o grau de satisfação com o destino. Mais de 80% dos inquiridos ficaram satisfeitos ou muito satisfeitos com o destino.

Cerca de metade da amostra considerou pouco provável ou improvável a hipótese de iniciar e/ou terminar um cruzeiro no Porto de Leixões, contudo dada a grande proximidade do Aeroporto Francisco Sá Carneiro, acreditamos que esta percentagem possa sofrer alteração no sentido positivo à medida que o novo terminal de cruzeiros comece a ter impacto no mercado.

Mais de 60% dos inquiridos afirmou que pretende recomendar o destino Porto/Norte de Portugal.

Como referido no terceiro capítulo, e segundo dados do relatório “Contribuição do Turismo de Cruzeiros para a Economia da Europa” (ECC, 2010) o principal mercado emissor de turistas de cruzeiros, a nível mundial, é o Norte-Americano, contudo no caso da amostra deste projecto a principal origem é o

Reino Unido. No mesmo relatório o principal país de origem de turistas de cruzeiros na Europa é o Reino Unido com 1.533.000 de passageiros em 2009.

Como foi também referido no terceiro capítulo, Ward (2010) salienta que a média de idades dos actuais turistas de cruzeiros é inferior a 40 anos, o que não se verificou na amostra deste estudo, onde a média de idades foi de 61,31 anos.

No “Estudo de viabilidade e definição do modelo de negócios para o novo terminal de cruzeiros do Porto de Leixões” (2007), o perfil do turista de cruzeiro tipo é de um turista Inglês ou Norte-Americano, geralmente com mais de 50 anos, o que vai ao encontro dos resultados obtidos com esta investigação, sendo as principais nacionalidades dos inquiridos Britânicos e Norte-Americanos, com uma idade média de 61,31 anos.

Os resultados da investigação “Perfil do Turista de Cruzeiros” (2008) do Núcleo de Pesquisas e Estudos Socioeconómicos da Universidade de Santa Cecília, mostraram que 94,5% dos turistas inquiridos encontrava-se a realizar o cruzeiro acompanhado. Na presente investigação essa percentagem foi de 94,80%.

No estudo desenvolvido pela Secretaria de Estado de Ushuaia (2006), apresentado no terceiro capítulo deste projecto, 70% dos turistas de cruzeiros inquiridos já haviam realizado pelo menos um cruzeiro anteriormente. Nesta investigação essa percentagem foi de 83,9%.

Conforme os dados referidos no terceiro capítulo, relativamente ao grau de satisfação dos turistas de cruzeiros com o cruzeiro que se encontram a realizar, 58,79% os inquiridos neste projecto considera estar muito satisfeito e 31,52% satisfeito com o mesmo.

7.2. Contribuições

A realização deste projecto permitiu sistematizar alguns dos principais estudos existentes sobre a evolução da indústria de cruzeiros e do seu mercado. O facto de terem sido consultados diferentes autores e estudos de várias regiões permitiu comparar os resultados obtidos nesta investigação.

Para além disso com a realização desta investigação foi possível recolher dados primários junto de turistas de cruzeiros na estação de passageiros do Porto de Leixões. Esta recolha permitiu obter informação relevante para caracterizar o perfil, as motivações, o comportamento em viagem e no destino, o grau de satisfação e o grau de fidelização com o destino. Esta informação poderá ser útil no sentido de poder ajudar a melhorar a oferta direccionando-a mais especificamente para o mercado.

7.3. Principais dificuldades e limitações

Apesar de no decorrer deste projecto terem sido considerados procedimentos adequados para minimizar as dificuldades encontradas, nem sempre foi possível alcançar o sucesso pretendido.

A recolha de dados secundários sobre a indústria de cruzeiros e o seu mercado em Portugal foi dificultada pela falta de informação e pelo não conhecimento de dados que caracterizem a evolução desta indústria em Portugal. Os principais dados secundários utilizados foram obtidos junto da APL.

Uma outra dificuldade sentida foi a dificuldade em conseguir autorização por parte das companhias de cruzeiro para estar presente na estação de passageiros. Caso tivessem sido obtidas outras autorizações poderia ter-se aumentado o número de turistas inquiridos.

O facto de não se poder abordar directamente os turistas na estação de passageiros, foi também uma dificuldade e uma limitação, dado que, muitos turistas passavam sem parar, factor que poderia ter sido influenciado caso a Mestranda tivesse tido autorização para os abordar directamente.

Uma limitação encontrada neste estudo é o facto do inquérito por questionário apenas ter sido aplicado a quatro navios e no mesmo mês. O facto de o questionário ter sido apenas respondido por turistas que realizaram escala no mês de Agosto de 2010 poderá levantar questões sobre a representatividade da amostra, dado que, o Porto de Leixões geralmente recebe navios de cruzeiros de Março a Dezembro.

Uma outra limitação foi o facto de, tendo sido provavelmente apenas uma coincidência fruto dos navios e companhias em questão, não se ter inquirido turistas Alemães que são um importante mercado emissor de turistas de cruzeiros na Europa.

De referir que a avaliar pela adesão dos turistas e pelo interesse demonstrado pela temática desta investigação, caso não existissem constrangimentos como conseguir autorização por parte das companhias de cruzeiro para a aplicação do questionário na estação de passageiros, disponibilidade de tempo e possibilidade de um maior investimento na aquisição das garrafas de Vinho do Porto e de impressão dos questionários, conclui-se que a dimensão da amostra deste projecto poderia ter sido muito superior.

7.4. Propostas de investigação

Como propostas para futuras investigações sobre este tema sugerimos:

- A criação de uma base de dados onde se encontre sistematizada a informação sobre a indústria de cruzeiros e o seu mercado em Portugal, nas últimas décadas.
- A aplicação de um questionário aos turistas de cruzeiros no Porto de Leixões no decorrer de um ano inteiro de forma a diversificar a amostra de navios, companhias e turistas de cruzeiros.
- Aplicar um questionário junto dos turistas de cruzeiros que optam por não sair do navio, durante a escala no Porto de Leixões, de forma a conhecer igualmente o seu perfil e o porquê de optarem por não saírem do navio.
- A aplicação de um questionário idêntico ao que foi utilizado nesta investigação nos restantes portos Nacionais de forma a melhorar o conhecimento do mercado desta indústria.
- A aplicação de um questionário aos turistas de cruzeiros em Leixões mais desenvolvido no âmbito do comportamento no destino, explorando mais pormenorizadamente as actividades realizadas, perfis de consumo e níveis de satisfação e de fidelização.


Referências bibliográficas


- Alves, J. F. e Sousa, F.. (2002). *Leixões uma História Portuária*. Porto: APDL
- Alves, J. F.. (2003). *Catálogo da exposição “Leixões: Identidade e Memória de um porto*. Porto: APDL
- Alves, P e Silva, L. P. (2005). *Estudos para a revitalização do molhe sul e espaços adjacentes: nova estação de passageiros, funções e espaços urbanos adstritos*. Porto.
- Amaral, R. C. N. (2006). *Cruzeiros marítimos*. 2ª edição. Barueri: Manole
- APDL (2010). <http://www.apdl.pt> (acedido Julho, Agosto, Outubro, Novembro e Dezembro de 2010)
- APDL (2011). <http://www.apdl.pt> (acedido em Janeiro, Fevereiro, Março, Abril, Maio e Junho de 2011)
- APDL. (2011). *Novo Terminal de Cruzeiros de Leixões*. Acedido em 10 de Maio de 2011, em <http://www.apdl.pt>
- APL (2010). *Relatório de actividade – tráfego de cruzeiros 2009*. Acedido a 10 de Maio de 2010, em <http://www.portodelisboa.pt>
- APL (2010). *Relatório tráfego de cruzeiros 2009*. Acedido a 30 de Julho de 2010, em <http://www.portodelisboa.pt>
- APL (2011). *Relatório tráfego de cruzeiros 2010*. Acedido a 20 de Maio de 2011, em <http://www.portodelisboa.pt>
- Brunt, P. (1997). *Market research in travel and tourism*. Oxford: Butterworth Heinemann
- Câmara Municipal de Matosinhos. (2008). *Registo fotográfico da construção da Doca nº1*. Porto
- Carolina, M. e Pau, L. (2010). *Cruise tourists returning to Curaçao for a land-based vacation: a logit model*. Acedido a 10 de Março de 2011, em <http://sta.uwi.edu/conferences/09/salises/documents/L.%20Pau.pdf>
- Cruise Baltic (2011). *Cruise Baltic Market Review 2011*. Acedido a 10 de Maio de 2011, em <http://www.cruisebaltic.com>
- Cunha, L. (2007). *Introdução ao turismo*. 3ª edição. Lisboa – São Paulo: Editorial Verbo

- Dickinson, B. e Vladimir, A. (2008). *Selling the Sea*. 2ª edição. New Jersey: Wiley
- Douglas, A. C., Mills, J. E. e Phelan, K. V. (2010). *Smooth sailing?: passengers' assessment of cruise brand equity*. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 27(7), 649-675
- Douglas, N. e Douglas, N. (2004). *Cruise Ship Passenger Spending Patterns in Pacific Island Ports*. *International Journal of Tourism Research*, 6(4), 205-304
- ECC (2010). *Contribution of Cruise Tourism to the Economies of Europe 2010 Edition*. Consultado a 22 de Novembro de 2010, em <http://www.ashcroftandassociates.com/>
- ECC (2011). *European Cruise Council 2010/2011 Report*. Consultado a 20 de Maio, em <http://www.ashcroftandassociates.com/>
- Edmunds, J. e Lominé, L. (2007). *Key concepts in tourism*. Nova York: Palgrave
- Eusébio, C. (2006). *Avaliação do impacte económico do turismo a nível regional: o caso da Região Centro de Portugal*. Tese de Doutoramento; Universidade de Aveiro, Aveiro
- Ferreira, A. e Martinez, L. (2007). *Análise de dados com SPSS*. Lisboa: Escolar Editora
- Gabe, T. M., Lynch, C. P. e McConnon, J. C. (2006). *Likelihood of Cruise Ship Passenger Return to a Visited Port: The Case of Bar Harbor, Maine*. *Journal of Travel Research*, 44(3), 281-287
- Governo do Chile. (2008). *3º Estudio del Turista de Cruceros, temporada Octubre 2007 – Abril 2008, en la nueva region de Arica y Parinacota*. Acedido em 10 de Março de 2010, em <http://www.sernatur.cl>
- Hill, A. e Hill, M. M.. (2005). *Investigação por questionário*. 2ª edição. Lisboa: Edições Sílabo
- Horridge, P. E. e Swanson, K. K. (2006). *Travel motivations as souvenir purchase indicators*. *Tourism Management*, 27(4), 671-683
- Hosany, S. e Witham, M. (2010). *Dimensions of Cruisers' Experiences, Satisfaction, and Intention to Recommend*. *Journal of Travel Research*, 49(3), 351-364
- <http://hl-cruises.com>, em 21 de Março de 2010
- <http://maps.google.com>, em 10 de Março de 2011


- <http://www.cruisecritic.com>, em 21 de Maio de 2011
- <http://www.cruiseind.com>, em 21 de Maio de 2011
- <http://www.history.com>, em 21 de Maio de 2011
- <http://www.hollandamerica.com>, em 12 de Março de 2010
- <http://www.oceaniacruises.com>, em 21 de Março de 2010
- <http://www.rssc.com>, em 21 de Março de 2010
- <http://www.swanhellenic.com>, em 21 de Março de 2010
- Maroco, João (2007). *Análise estatística com utilização de SPSS*. 3ª edição. Lisboa: Edições Sílabo
- Mintel (2007). *European Cruises*. Travel & Tourism Analyst, 14
- Mintel (2010). *European River Cruising*. Travel & Tourism Analyst, 13
- Observatório de Turismo de Lisboa. (2011). *Inquérito a passageiros internacionais de cruzeiros, Porto de Lisboa, 2010*. Acedido a 20 de Maio de 2011, em <http://www.visitlisbon.com>
- Ping, E. W. Y. e Qu, H. (1999). *A service performance model of Hong Kong cruise travelers' motivation factors and satisfaction*. *Tourism Management*, 20 (2), 237-244
- Porto de Leixões. (2007). *Estudo de viabilidade e Definição do Modelo de Negócios para o Novo Terminal de Cruzeiros do Porto de Leixões*. Porto
- Secretaria de Turismo/Municipalidad de Ushuaia (2006). *Encuesta de Turismo de Cruceros*. Acedido a 9 de Julho de 2010, em <http://www.turismoushuaia.com/estadisticas/encuestacruceristas2006.pdf>
- Tourism Queensland (2006). *Cruise Destinations... A How to Guide*. Acedido a 15 de Março de 2010, em <http://www.tq.com.au/>
- Universidade de Santa Cecília (s/a) (2008). *O Perfil dos Turistas de Cruzeiros*. Acedido a 9 de Julho de 2010, em www.srcvb.com.br
- Ward, D. (2010). *Complete guide to cruising & cruise ships 2010*. Londres: Berlitz
- Wild, P. (2011). *The impact of the Cruise Industry in the Region*. Acedido a 20 de Maio de 2011, em <https://www.apdl.pt>

DIARIO DE A BORDO






Amanecer:
07:40 hrs



Grand Voyager

Buen día en Vigo




Puesta
de Sol:
21:26 hrs

Cambio de hora a las 02:00 Am
Serán las 03:00 Am.


Miércoles, 28 de Abril de 2010
Llegada prevista a las: 10:30

El Capitán Antonio Toledo, el Director de Hotel Alcides Pereira, la Directora de Cruceiros Beatrice, los oficiales y toda la tripulación les desean un feliz retorno a casa, esperando que hayan pasado momentos inolvidables a bordo del buque Grand Voyager.


Horario del Desayuno



Madrugadores
Plano Bar, cubierta. 6
Abierto de 07:00 a 07:30 hrs.



Buffet Garden, cubierta 6
Abierto de 07:30a 10:00 hrs.



Restaurant Selene, cubierta 5
Abierto de 07:30 a 09:30 hrs.

Horario de apertura de bares

Nuestros Bares	Cubierta	Abierto de:
* Plano Bar	6	06:30
* Casino Bar	6	08:00
* Gambrinus	6	09:00
* La Bodega	7	09:00

Cierre de cuentas

Si, paga su cuenta en efectivo diríjanse a la Recepción Cubierta 5, en la mañana del 28 de Abril 08:00 a 10:00 hrs.

Galería Fotográfica

Abierta de 08:00 a 11:00 hrs.


Formalidades del desembarque

CAMAROTE:
Por favor compruebe que lleva consigo todas sus pertenencias y si ha utilizado la caja fuerte, confirme que no deja nada en la misma. La caja fuerte deberá dejarla abierta después de retirar sus pertenencias.

DESEMBARQUE FINAL:
Tenga a mano su tarjeta magnética al momento de desembarque, por si los oficiales de seguridad la solicitan.
Mientras espera su desembarque le rogamos, permanezca en los salones interiores o cubiertas exteriores, dejando libres las escaleras, el área de la salida y la recepción. Espere los anuncios que se harán oportunamente por megafonía antes de desembarcar.

IMPORTANTE:
Deje su equipaje debidamente etiquetado frente a la puerta de su camarote antes de las 02:00 hrs. Así nuestro personal podrá recogerlo y colocarlo en la cubierta para el desembarque.

Coloque la etiqueta correspondiente a su cubierta en cada una de las piezas de su equipaje, en caso de dudas o necesitar más etiquetas por favor contacte Recepción y **RECUERDE** dejar en su equipaje de mano sus objetos de valor, documentos, medicamentos, dinero, etc. que pudiera necesitar para su viaje de regreso.



¡ Hasta Pronto!

DIARIO DE A BORDO

Curiosidades.....

Este crucero hemos consumido..

314 Kg de Carne de Ternera
380 Kg de Carne de pollo
400 Kg de Frutos de mar y pescados
310 Kg de Queso
3565 Huevos
2146 Kg de Fruta surtida
1850 Kg deVerduras y Patatas
155 Litros de Helado
304 Litros de Leche



Datos Técnicos del Grand Voyager

NOMBRE	M/V GRAND VOYAGER
OPERADORA	IBEROCRUCEROS
BANDERA	PORTUGAL
PUERTO DE REGISTRO	MADEIRA
AÑO DE CONSTRUCCIÓN	JUNIO 2000
TONELAJE	24391 MT.
DRAFT (CALADO)	7.25
LARGO	180 MTS
ANCHO	25.50 MTS
MOTOR	4
CAPACIDAD	836 PASAJEROS
NÚMERO DE CABINAS	418
TRIPULACIÓN	360 PERSONAS
VELOCIDAD DEL CRUCERO	28 NUDOS
ESTABILIZADORES	SIMPLEX - COMPACT





universidade de aveiro

departamento de economia, gestão e engenharia industrial



Postal do Porto de Leixões

OBJECTIVO DO QUESTIONÁRIO

Este questionário faz parte de um projecto de investigação do **Mestrado em Gestão e Planeamento em Turismo da Universidade de Aveiro**, onde se pretende avaliar a relevância dos terminais de cruzeiros para o desenvolvimento dos destinos turísticos, com ênfase no caso do terminal de cruzeiros de Leixões (Porto).

Todos os dados obtidos com a realização deste questionário são estritamente confidenciais e serão apenas utilizados na realização deste projecto de investigação.

Gostaria de reforçar a relevância da sua colaboração para a concretização dos objectivos deste projecto de investigação.

Muito obrigada pela sua colaboração.

Margarida Rocha
Aluna da Universidade de Aveiro

Caso esteja a realizar esta Escala no Porto de Leixões (Porto) por motivos profissionais por favor não preencha este questionário, dado que, este se destina exclusivamente a Turistas.

Nº do Questionário:

Data: __/__/__

1. Caracterização do Cruzeiro

1.1. Este é o seu primeiro cruzeiro? (assinale com X a opção correcta)
a) Sim b) Não – Se respondeu não, quantos Cruzeiros já realizou? _____

1.2. Classifique a importância que os seguintes aspectos tiveram na escolha deste Cruzeiro?
(assinale com um círculo, em cada linha da tabela, a opção que mais corresponde à sua opinião)
(1 – Discordo completamente; 2 - Discordo; 3 - Não concordo nem discordo; 4 - Concordo; 5 - Concordo completamente)

Motivos para a escolha deste cruzeiro	Avaliação				
Ter uma experiência que envolve desafios ou riscos	1	2	3	4	5
Aprender/expandir o conhecimento	1	2	3	4	5
Estar num ambiente calmo	1	2	3	4	5
Experimentar coisas novas	1	2	3	4	5
Conhecer-me melhor	1	2	3	4	5
Estar num ambiente diferente	1	2	3	4	5
Apreciar a paisagem	1	2	3	4	5
Estar próximo da natureza	1	2	3	4	5
Evitar as preocupações do dia a dia	1	2	3	4	5
Conhecer outras pessoas	1	2	3	4	5
Conhecer outras culturas	1	2	3	4	5
Realizar actividades diferentes	1	2	3	4	5
Sentir-me livre para fazer aquilo que quero	1	2	3	4	5
Descansar	1	2	3	4	5
Estar com amigos	1	2	3	4	5
Estar com familiares	1	2	3	4	5
Outro motivo. Qual? _____	1	2	3	4	5

1.3. Se a cidade do Porto não estivesse integrada no itinerário desta viagem teria escolhido este cruzeiro? (assinale com X a opção que mais corresponde à sua opinião)
1-Muito improvável 2-Improvável 3-Pouco Improvável 4-Provável 5-Muito Provável

1.4. Com quem está a realizar este cruzeiro? (Assinale com X as opções aplicáveis)
a) Só b) Marido/Mulher/Companheiro c) Filhos d) Pais
e) Amigos f) Outros quem? _____

1.5. Realizaria um cruzeiro que tivesse início e/ou terminasse no Porto?
(assinale com X a opção que mais corresponde à sua opinião)
1-Muito improvável 2-Improvável 3-Pouco Improvável 4-Provável 5-Muito Provável

1.6. Como considera a informação fornecida a bordo sobre o destino Porto e Norte de Portugal?
(assinale com X a opção que mais corresponde à sua opinião)
1-Não existente 2-Insuficiente 3-Suficiente 4-Boa 5-Muito boa

1.7. Como classifica o tempo de duração da escala deste Cruzeiro no Porto?
(assinale com X a opção que mais corresponde à sua opinião)
1-Muito Curta 2-Curta 3-Adequada 4-Longa 5-Muito longa

4. Caracterização do visitante

4.1. Idade _____ 4.2. Sexo a) Masculino b) Feminino

4.3. Nacionalidade _____ 4.4. País de Residência _____

4.5. Estado Civil:
a) Solteiro b) Casado c) Divorciado/Separado d) Viúvo e) Outro Qual? _____

4.6. Habilitações literárias:
a) Menor que o ensino secundário b) Ensino secundário
c) Ensino Superior (Licenciatura, mestrado, doutoramento)

4.7. Situação perante o emprego:
a) Empregado b) Estudante c) Reformado d) Desempregado
e) Doméstico f) Outra Qual? _____

4.8. Indique o número de pessoas do seu agregado familiar _____

4.9. Qual o valor médio do rendimento líquido mensal do seu agregado familiar?

a) £ (GBP) <input type="checkbox"/>] 0- 1,641] <input type="checkbox"/>] 1,641 – 3,281] <input type="checkbox"/>] 3,281 – 4,922] <input type="checkbox"/>] 4,922 – 6,563] <input type="checkbox"/>] 6,563 – 8,203] <input type="checkbox"/>] 8,203 – 9,844] <input type="checkbox"/>] 9,844 – 11,484] <input type="checkbox"/>] 11,484 – 13,125] <input type="checkbox"/>] 13,125 – 14,766] <input type="checkbox"/>] 14,766 – 16,406] <input type="checkbox"/> Mais de 16.406	b) \$ (USD) <input type="checkbox"/>] 0 – 2,564] <input type="checkbox"/>] 2,564 – 5,128] <input type="checkbox"/>]5,128 – 7,691] <input type="checkbox"/>] 7,691 – 10,255] <input type="checkbox"/>] 10,255 – 12,819] <input type="checkbox"/>] 12,819 – 15,383] <input type="checkbox"/>] 15,383 – 17,947] <input type="checkbox"/>] 17,947 – 20,510] <input type="checkbox"/>] 20,510 – 23,074] <input type="checkbox"/>] 23,074 – 25,638] <input type="checkbox"/> Mais de 25,992	c) € (EURO) <input type="checkbox"/>] 0- 2.000] <input type="checkbox"/>] 2.000 – 4.000] <input type="checkbox"/>] 4.000 – 6.000] <input type="checkbox"/>] 6.000 – 8.000] <input type="checkbox"/>] 8.000 – 10.000] <input type="checkbox"/>] 10.000 – 12.000] <input type="checkbox"/>] 12.000 – 14.000] <input type="checkbox"/>] 14.000 – 16.000] <input type="checkbox"/>] 16.000 – 18.000] <input type="checkbox"/>] 18.000 – 20.000] <input type="checkbox"/> Mais de 20.000	d) Outra divisa Rendimento _____ Divisa _____
---	--	--	---

Fim do Questionário

Muito obrigada pela sua colaboração!

3.5. **Como classifica o seu grau de satisfação com:**
(assinale com um círculo, em cada linha da tabela, a opção que mais corresponde à sua opinião)
(1-Muito Insatisfeito; 2-Insatisfeito; 3-Nem satisfeito nem insatisfeito; 4-Satisfeito; 5-Muito Satisfeito)

Cruzeiro	1	2	3	4	5
Destino Porto /Região Norte de Portugal	1	2	3	4	5
Excursão no Destino Porto/Região Norte de Portugal	1	2	3	4	5

3.6. **Como classifica as instalações da Estação de Passageiros de Leixões?**
(assinale com ☒ a opção que mais corresponde à sua opinião)

1-Péssimas ☐ 2-Más ☐ 3-Regulares ☐ 4-Boas ☐ 5-Excelentes ☐

3.7. **Qual a importância dos seguintes factores quando efectua uma Escala:**
(assinale com um círculo, em cada linha da tabela, a opção que mais corresponde à sua opinião)
(1-Nada Importante; 2-Pouco Importante; 3-Nem importante/nem sem importância; 4-Importante; 5-Muito Importante)

	Avaliação				
Rápido controle alfandegário	1	2	3	4	5
Atitude positiva dos funcionários do Terminal	1	2	3	4	5
Locais interessantes para ver no Terminal	1	2	3	4	5
Actividades de Entretenimento no Terminal	1	2	3	4	5
Instalações Modernas do Terminal	1	2	3	4	5
Boas instalações de acolhimento do Terminal	1	2	3	4	5
Serviços Higiénicos	1	2	3	4	5
Restaurantes/Snack-bar	1	2	3	4	5
Fast-Food	1	2	3	4	5
Supermercado	1	2	3	4	5
Farmácia	1	2	3	4	5
Postos de comunicações	1	2	3	4	5
Loja de artesanato	1	2	3	4	5
Loja de souvenirs	1	2	3	4	5
Papelaria e Livrarias	1	2	3	4	5

3.8. **Indique por favor qual a probabilidade de:**
(assinale com um círculo, em cada linha da tabela, a opção que mais corresponde à sua opinião)
(1-Muito Improvável; 2- Improvável; 3-Pouco Improvável; 4-Provável; 5-Muito Provável)

	Avaliação				
Voltar a realizar um Cruzeiro com estas características	1	2	3	4	5
Voltar ao Porto num Cruzeiro	1	2	3	4	5
Voltar ao Porto sem ser em Cruzeiro	1	2	3	4	5
Recomendar o Destino Porto	1	2	3	4	5

2. O Destino Porto/Norte de Portugal

2.1. **Já tinha visitado a cidade do Porto?**

a) Não ☐ b) Sim ☐ Se sim, quantas vezes? _____

2.2. **Durante a sua escala:**
(assinale com ☒ a opção que se adequa ao seu caso)

☐ Realizou uma excursão?

Avance por favor para a pergunta 2.3.

☐ Visitou o Porto pelos seus próprios meios?

Avance por favor para a pergunta 2.7.

☐ Realizou uma excursão e visitou o porto pelos seus próprios meios?

Avance por favor para a pergunta 2.9.

2.3. **Onde adquiriu a sua excursão?** (assinale com ☒ a opção correcta)
a) A bordo do cruzeiro ☐ b) Através do Site da Companhia de Cruzeiros ☐
c) Através de uma agência de viagens ☐ d) Em terra ☐
e) Outro ☐ Qual? _____

2.4. **Qual das seguintes excursões realizou?** (assinale com ☒ a opção correcta)

a) Guimarães – Birthplace of a Nation <input type="checkbox"/>	b) Oporto City Tour <input type="checkbox"/>	c) Oporto on your own <input type="checkbox"/>
d) Port Wine & Douro River Cruise <input type="checkbox"/>	e) Quinta da Aveleda - Green Wine <input type="checkbox"/>	f) City Tour <input type="checkbox"/>
g) Azulejos of Oporto <input type="checkbox"/>	h) Oporto City Tour and Tasting <input type="checkbox"/>	i) Guimarães <input type="checkbox"/>
j) Oporto Golf Club <input type="checkbox"/>	k) Highlights of Oporto <input type="checkbox"/>	l) Oporto Highlights <input type="checkbox"/>
m) The Charming Minho Province <input type="checkbox"/>	n) The Skies of Oporto by Helicopter <input type="checkbox"/>	o) Transfer to Oporto <input type="checkbox"/>
p) The Medieval City of Guimarães <input type="checkbox"/>	q) Oporto Sights & River Cruise <input type="checkbox"/>	r) Ancient Braga <input type="checkbox"/>
s) Outra <input type="checkbox"/> Qual? _____		

2.5. **Quanto é que pagou pela sua excursão?** (valor por pessoa) _____ (EUROS)

2.6.**Qual a duração da sua excursão?** _____ (HORAS)

Por favor avance para a pergunta 3

2.7. **Classifique os seguintes motivos para ter optado por não realizar uma excursão no Destino Porto/Norte de Portugal?** (assinale com um círculo, em cada linha da tabela, a opção que mais corresponde à sua opinião)
(1 – Discordo completamente; 2 - Discordo; 3 - Não concordo nem discordo; 4 - Concordo; 5 - Concordo completamente)

Motivos para não realizar uma excursão	Avaliação				
Preço da Excursão	1	2	3	4	5
Itinerário da Excursão	1	2	3	4	5
Já tinha visitado o Porto	1	2	3	4	5
Não gosto de excursões	1	2	3	4	5
As excursões oferecidas não me agradam	1	2	3	4	5
Outro motivo. Qual? _____	1	2	3	4	5

2.8.**Quais dos seguintes meios de transporte utilizou na sua visita ao Porto/Norte de Portugal?**
(assinale com um ☒ a opção ou opções que se aplicam ao seu caso)

- a) Autocarro turístico ☐
- b) Táxi ☐
- c) Autocarro regular ☐
- d) Metro ☐
- e) Carro Alugado ☐
- f) A pé ☐
- g) Outro ☐ Qual? _____

Por favor avance para a pergunta 3

2.9. **Onde adquiriu a sua excursão?** (assinale com ☒ a opção correcta)

- a) A bordo do cruzeiro ☐
- b) Através do Site da Companhia de Cruzeiros ☐
- c) Através de uma agência de viagens ☐
- d) Em terra ☐
- e) Outro ☐ Qual? _____

2.10. **Qual das seguintes excursões realizou?** (assinale com ☒ a opção correcta)

- a) Guimarães – Birthplace of a Nation ☐
- b) Oporto City Tour ☐
- c) Oporto on your own ☐
- d) Port Wine & Douro River Cruise ☐
- e) Quinta da Aveleda - Green Wine ☐
- f) City Tour ☐
- g) Azulejos of Oporto ☐
- h) Oporto City Tour and Tasting ☐
- i) Guimarães ☐
- j) Oporto Golf Club ☐
- k) Highlights of Oporto ☐
- l) Oporto Highlights ☐
- m) The Charming Minho Province ☐
- n) The Skies of Oporto by Helicopter ☐
- o) Transfer to Oporto ☐
- p) The Medieval City of Guimarães ☐
- q) Oporto Sights & River Cruise ☐
- r) Ancient Braga ☐
- s) Outra ☐ Qual? _____

2.11. **Quanto é que pagou pela sua excursão?** (valor por pessoa) _____ (EUROS)

2.12.**Qual a duração da sua excursão?** _____ (HORAS)

2.13. **Quais dos seguintes meios de transporte utilizou na sua visita ao Porto/Norte de Portugal?**
(assinale com um ☒ a opção ou opções que se aplicam ao seu caso)

- a) Autocarro turístico ☐
- b) Táxi ☐
- c) Autocarro regular ☐
- d) Metro ☐
- e) Carro Alugado ☐
- f) A pé ☐
- g) Outro ☐ Qual? _____

3. Avaliação

3.1. **Se fosse possível gostaria que indicasse as impressões mais negativas e positivas com que ficou da Região, por ordem decrescente de importância:**

Impressões POSITIVAS da Região	Impressões NEGATIVAS da Região
1	1
2	2
3	3
4	4
5	5

3.2. **Quanto gastou – por pessoa – aproximadamente nesta Escala?**

(Se aplicável inclua por favor o valor pago com a Excursão)

Valor: _____ Em que divisa? £ (GBP) ☐ \$ (USD) ☐ € (EURO) ☐ Outra ☐ Qual? _____

3.3. **Quais foram as despesas efectuadas nesta Escala – por pessoa?**

	Valor		Valor
Excursão organizada		Transportes (sem excursão)	
Alimentos		Bebidas	
Visita a Monumentos/Museus/ Atracções		Compras	
Outras despesas: Quais?			

Em que divisa? £ (GBP) ☐ \$ (USD) ☐ € (EURO) ☐ Outra ☐ Qual? _____

3.4. **O que comprou nesta escala?**

- a) Pastelaria ☐
- b) Artesanato ☐
- c)Postais ☐
- d) Vinho ☐
- e) Vestuário ☐
- f) Calçado ☐
- g) Cd-Rom ☐
- h) Material fotográfico ☐
- i) Arte ☐
- j) Azulejos ☐
- k) Souvenirs ☐
- l) Produtos Pessoais ☐
- m) Comida ☐
- n) Outros ☐ Quais? _____



universidade de aveiro

departamento de economia, gestão e engenharia industrial



Post card of Leixões Harbor

OBJECTIVES OF THE QUESTIONNAIRE

This questionnaire is part of a research project being conducted in the context of the **Master Degree in Management and Planning in Tourism, from the University of Aveiro**, in which we intend to evaluate the relevance of the cruise terminals to the development of tourist destinations, with special reference to the cruise terminal of Leixões (Oporto).

All data obtained from these inquiries is strictly confidential and will only be used within the context of this research project.

Your contribution is very important to the achievement of the objectives of this research project!

Thank you for your cooperation.

Margarida Rocha
Aveiro University's student

If you are making this stop in the port of Leixões (Oporto) for professional reasons please do not fill in this survey, because it is intended solely for tourists.

Survey number:

Date: __/__/__

1. Characterization of the Cruise

1.1. Is this your first Cruise? (mark with a tick the right answer)
a) Yes b) No – If you answered no, on how many cruises have you gone?

1.2. Rate the importance of the following topics in the choice of this cruise?
(mark with a circle, in each line, the option that best matches your opinion)
(1 – Strongly disagree; 2 - Disagree; 3 - Neither agree nor disagree; 4 - Agree; 5 - Completely agree

Reasons for chosing this cruise	Rating				
Have an experience that involves risks or challenges	1	2	3	4	5
Learn/expand knowledge	1	2	3	4	5
Being in a calm environment	1	2	3	4	5
Trying new things	1	2	3	4	5
Get to know me better	1	2	3	4	5
Being in a different environment	1	2	3	4	5
Enjoy the scenery	1	2	3	4	5
Being close to nature	1	2	3	4	5
Avoid the worries of everyday life	1	2	3	4	5
Get to know other people	1	2	3	4	5
Get to know other cultures	1	2	3	4	5
Perform different activities	1	2	3	4	5
Feel free to do what I want	1	2	3	4	5
Rest	1	2	3	4	5
Being with friends	1	2	3	4	5
Being with family	1	2	3	4	5
Other reason. Which?	1	2	3	4	5

1.3. If the city of Oporto was not included in the itinerary of this trip would you have chosen this cruise just the same? (mark with a tick the option that best fits your opinion)
1-Very unlikely 2-Unlikely 3-Rather likely 4-Likely 5-Very likely

1.4. Who are you travelling with in this cruise? (mark with a tick all the applicable options)
a) Alone b) Husband/Wife/Companion c) Off-spring d) Parents
e) Friends f) Others Who?

1.5. Would you go on a cruise that started/ended in Oporto?
(mark with a tick the option that best fits your opinion)
1-Very unlikely 2-Unlikely 3-Rather likely 4-Likely 5-Very likely

1.6. How do you evaluate the information given aboard the ship about the destination Oporto or Northern Portugal? (mark with a tick the option that best fits your opinion)
1-Nonexistent 2-Insufficient 3-Sufficient 4-Good 5-Very good

1.7. How do you rate the duration of your stay in Oporto?
(mark with a tick the option that best fits your opinion)
1-Too short 2-Short 3-Appropriate 4-Long 5-Too long

4. Visitor characterization

4.1. Age 4.2. Gender a) Male b) Female
4.3. Nationality 4.4. Country of residence

4.5. Marital status:
a) Single b) Married c) Divorced/Separated d) Widow e) Other Which?

4.6. Education level:
a) Lower than high school b) High school c) Higher than high school (e.g. degree, master, Phd)

4.7. Employment:
a) Employed b) Student c) Retired d) Unemployed
e) Homemaker f) Other Which?

4.8. Specify the number of people in your family household

4.9. What is the family monthly average income? (please choose your own currency)

a) £ (GBP)	b) \$ (USD)	c) € (EURO)	d) Other currency
<input type="checkbox"/>] 0- 1,641]	<input type="checkbox"/>] 0 – 2,564]	<input type="checkbox"/>] 0- 2.000]	Income
<input type="checkbox"/>] 1,641 – 3,281]	<input type="checkbox"/>] 2,564 – 5,128]	<input type="checkbox"/>] 2.000 – 4.000]	Currency
<input type="checkbox"/>] 3,281 – 4,922]	<input type="checkbox"/>]5,128 – 7,691]	<input type="checkbox"/>] 4.000 – 6.000]	
<input type="checkbox"/>] 4,922 – 6,563]	<input type="checkbox"/>] 7,691 – 10,255]	<input type="checkbox"/>] 6.000 – 8.000]	
<input type="checkbox"/>] 6,563 – 8,203]	<input type="checkbox"/>] 10,255 – 12,819]	<input type="checkbox"/>] 8.000 – 10.000]	
<input type="checkbox"/>] 8,203 – 9,844]	<input type="checkbox"/>] 12,819 – 15,383]	<input type="checkbox"/>] 10.000 – 12.000]	
<input type="checkbox"/>] 9,844 – 11,484]	<input type="checkbox"/>] 15,383 – 17,947]	<input type="checkbox"/>] 12.000 – 14.000]	
<input type="checkbox"/>] 11,484 – 13,125]	<input type="checkbox"/>] 17,947 – 20,510]	<input type="checkbox"/>] 14.000 – 16.000]	
<input type="checkbox"/>] 13,125 – 14,766]	<input type="checkbox"/>] 20,510 – 23,074]	<input type="checkbox"/>] 16.000 – 18.000]	
<input type="checkbox"/>] 14,766 – 16,406]	<input type="checkbox"/>] 23,074 – 25,638]	<input type="checkbox"/>] 18.000 – 20.000]	
<input type="checkbox"/> More than 16.406	<input type="checkbox"/> More than 25,638	<input type="checkbox"/> More than 20.000	

End of questionnaire

Thank you very much for your cooperation!

3.5. How would you rate your satisfaction degree with the:
(mark with a circle, in each line, the option that best matches your opinion)
(1-Very dissatisfied; 2-Dissatisfied; 3-More or less; 4-Satisfied; 5-Very satisfied)

	1	2	3	4	5
Cruise					
Destination Oporto/Northern Portugal Region					
Tour in the Destination Oporto/Northern Portugal Region					

3.6. How do you rate the facilities of the Passenger Station in Leixões?
(mark with a tick the option that best fits your opinion)

1-Poor ☐ 2-Bad ☐ 3-Regular ☐ 4-Good ☐ 5-Excellent ☐

3.7. How do you rate the importance of the following factors in a Port of call:
(mark with a circle, in each line, the option that best matches your opinion)
(1-Unimportant; 2-Low importance; 3-Neither important nor unimportant; 4-Important; 5-Great importance)

	Rating				
Quick Customs Control	1	2	3	4	5
Positive attitude of the Terminal officials	1	2	3	4	5
Interesting places to see in Terminal	1	2	3	4	5
Entertainment activities in the Terminal	1	2	3	4	5
Modern Terminal facilities	1	2	3	4	5
Good reception facilities in the Terminal	1	2	3	4	5
Hygienic services	1	2	3	4	5
Restaurants/Snack-bar	1	2	3	4	5
Fast-Food	1	2	3	4	5
Supermaket	1	2	3	4	5
Pharmacy	1	2	3	4	5
Communications facilities	1	2	3	4	5
Craftwork stores	1	2	3	4	5
Souvenirs stores	1	2	3	4	5
Book stores and newsstand	1	2	3	4	5

3.8. Please indicate the likelihood of:
(mark with a circle, in each line, the option that best matches your opinion)
(1-Very unlikely; 2- Unlikely; 3-Rather likely; 4-Likely; 5-Very likely)

	Rating				
Take another cruise with these characteristics	1	2	3	4	5
Return to Oporto in a cruise	1	2	3	4	5
Return to Oporto, but not in cruise	1	2	3	4	5
Recommend the destination Oporto	1	2	3	4	5

2. The destination Oporto/Northern Portugal

2.1. Have you ever visited the city of Oporto before?

a) No ☐ b) Yes ☐ If yes, how many times? _____

2.2. During your stay, how did you spend your time:
(mark with a tick the option that best fits your situation)

☐ Participated in a tour?
Please go to the question 2.3.

☐ Visited Oporto by your own means?
Please go to the question 2.7.

☐ Participated in a tour and visited Oporto by your own means?
Please go to the question 2.9.

2.3. Where did you purchased your tour? (mark with a tick the correct option)

a) Aboard the ship ☐ b) Through the Web Site of the cruising company ☐
c) Through a travel agency ☐ d) On land ☐
e) Other ☐ Which? _____

2.4.Which of the following tours have you done? (mark with a tick the correct option)

a) Guimarães – Birthplace of a Nation ☐ b) Oporto City Tour ☐ c) Oporto on your own ☐
d) Port Wine & Douro River Cruise ☐ e) Quinta da Aveleda - Green Wine ☐ f) City Tour ☐
g) Azulejos of Oporto ☐ h) Oporto City Tour and Tasting ☐ i) Guimarães ☐
j) Oporto Golf Club ☐ k) Highlights of Oporto ☐ l) Oporto Highlights ☐
m) The Charming Minho Province ☐ n) The Skies of Oporto by Helicopter ☐ o) Transfer to Oporto ☐
p) The Medieval City of Guimarães ☐ q) Oporto Sights & River Cruise ☐ r) Ancient Braga ☐
s) Other ☐ Which? _____

2.5. How much did your tour cost? (value per person) _____ (EUROS)

2.6.What was the duration of your tour? _____(HOURS)

Please move forward to question 3

2.7. Rate the following reasons why you didn’t participate in a tour in the destination Oporto/Northern Portugal? (mark with a circle, in each line, the option that best matches your opinion)

(1 – Strongly disagree; 2 - Disagree; 3 - Neither agree nor disagree; 4 - Agree; 5 - Completely agree

Reasons for not making a tour	Rating				
Tour price	1	2	3	4	5
Tour itinerary	1	2	3	4	5
I had already visited Oporto	1	2	3	4	5
I don’t like tours	1	2	3	4	5
I didn’t like the offers	1	2	3	4	5
Other reason. Which? _____	1	2	3	4	5

2.8.Which means of transportation did you use in your visit to Oporto/Northern Portugal? (mark with a tick the option or options that best fits your situation)

- a) Tour Bus☐b) Taxi☐c) Regular Bus☐d) Metropolitan☐
- e) Rental car☐f) On foot☐g) Other☐Which? _____

Please move forward to question 3

2.9. Where did you purchased your tour? (mark with a tick the correct option)

- a) Aboard the ship☐b) Through the Web Site of the cruising company☐
- c) Trough a travel agency☐d) On land☐
- e) Other☐Which? _____

2.10. Which of the following tours have you done? (mark with a tick the correct option)

- a) Guimarães – Birthplace of a Nation☐b) Oporto City Tour☐c) Oporto on your own☐
- d) Port Wine & Douro River Cruise☐e) Quinta da Aveleda - Green Wine☐f) City Tour☐
- g) Azulejos of Oporto☐h) Oporto City Tour and Tasting☐i) Guimarães☐
- j) Oporto Golf Club☐k) Highlights of Oporto☐l) Oporto Highlights☐
- m) The Charming Minho Province☐n) The Skies of Oporto by Helicopter☐o) Transfer to Oporto☐
- p) The Medieval City of Guimarães☐q) Oporto Sights & River Cruise☐r) Ancient Braga☐
- s) Other☐Which? _____

2.11. How much did your tour cost? (value perr person) _____ (EUROS)

2.12.What was the duration of your tour? _____ (HOURS)

2.13. Which means of transportation did you use in your visit to Oporto/Northern Portugal? (mark with a tick the option or options that best fits your situation)

- a) Tour Bus☐b) Taxi☐c) Regular Bus☐d) Metropolitan☐

3. Evaluation

3.1. What were the most negative and the most positive impressions about this region? (Beginning with the most important one)

NEGATIVES impressions of the Region	POSITIVES impressions of the Region
1	1
2	2
3	3
4	4
5	5

3.2. Approximately, how much have you spend - per person - in this Destination? (If applicable, include the amount spent on the tour)

Value:_____ Which currency? £ (GBP)☐\$ (USD)☐€ (EURO)☐Other☐Which? _____

3.3. What where the costs you have incurred in this Destination, per person?

	Expenditure		Expenditure
Organized Tour		Transportation (without Tour)	
Food		Drinks	
Visits to Monuments/Museums/Tourist Attractions		Shopping	
Other: Which?			

Which currency? £ (GBP)☐\$ (USD)☐€ (EURO)☐Other☐Which? _____

3.4. What have you bought in this Destination?

- a) Pastry☐b) Craftwork☐c)Post cards☐
- d) Wine☐e) Clothing☐f) Shoes☐
- g) Cd-Rom☐h) Photographic material☐i) Art☐
- j) Tiles☐k) Souvenirs☐l) Personal products☐
- m) Food☐n) Others☐Which? _____